1997

#19 on the ... April 30/02 ... Thursday letter to ...

MAY 5 2 1999

FINAL REPORT

OF THE

SELECT COMMITTEE ON

GASOLINE PRICING

Second Session
Fifty-third Legislative Assembly
of the
Province of New Brunswick

March 26, 1997

Members of the Committee

Mr. Greg Byrne, Chairman
Mr. Kenneth Johnson, Vice-chairman
Mr. Peter LeBlanc
Mr. Alban Landry
Mrs. Laureen Jarrett
Hon. Bernard Valcourt, P.C.
Mr. Dale Graham
Ms. Elizabeth Weir

102-05086/

FINAL REPORT

OF THE

SELECT COMMITTEE ON

GASOLINE PRICING

Second Session
Fifty-third Legislative Assembly
of the
Province of New Brunswick

March 26, 1997

Members of the Committee

Mr. Greg Byrne, Chairman
Mr. Kenneth Johnson, Vice-chairman
Mr. Peter LeBlanc
Mr. Alban Landry
Mrs. Laureen Jarrett
Hon. Bernard Valcourt, P.C.
Mr. Dale Graham
Ms. Elizabeth Weir

Legislative Assembly of New Brunswick
P.O. Box 6000
Fredericton, NB
E3B 5H1

Tel.: (506) 453-2506
Fax: (506) 453-7154

Assemblée Législative du Nouveau-Brunswick
Case postale 6000
Fredericton, (N.-B.)
E3B 5H1

Tél. : (506) 453-2506
Fax : (506) 453-7154

March 26, 1997

To The Honourable
The Legislative Assembly of
The Province of New Brunswick

Mr. Speaker:

I have the pleasure to present herewith the Final Report of the Select Committee on Gasoline Pricing.

Your Select Committee on Gasoline Pricing was appointed by resolution of the House adopted April 19, 1996, to examine, inquire into and make recommendations to the House with respect to gasoline pricing in New Brunswick.

An Interim Report was prepared by the Committee and tabled in the Legislature on November 29, 1996. This Final Report, and the recommendations contained herein, effectively concludes the work of the Committee.

Respectfully submitted on behalf of the Committee.

Greg Byrne, MLA
Chairman

Table of Contents

I	Introduction		1
	A	Mandate	1
	B.	Public Hearings and Data Collection	1
	C.	Interim Report	1
	D.	Final Report	1
	E.	Acknowledgements	1
II	Background on the Oil Business: Canada and New Brunswick		3
	A.	Crude Oil Production	3
	B.	Refinery Operations	3
	C.	Retail Sector	4
	D.	The Structure of the New Brunswick Motor Fuel Industry	5
III	Review of Price Components 1989 to 1996		9
	A.	Retail Prices Excluding Taxes	9
	B.	Cost of Crude	10
	C.	Retail Margins	10
	D.	Taxes	10
	E.	Refining and Marketing Costs and Margins	10
	F.	Overview of all Price Components	11
	G.	Price Diversity within New Brunswick	11
IV	Regulation in Other Jurisdictions		25
	A.	Initiatives in Other Provinces and at the Federal Level	25
	B.	Regulation in the United States	26
V	Hearing Highlights and Interim Report Feedback		27
	A.	Overview of Oil Company Presentations at Hearings	27
	B.	Independent Dealer Presentations	28
VI	Analysis and Conclusions Regarding Key Issues		29
	A.	Differences in Prices and Margins	29
	B.	The Impact of the Fuel Tax Reduction	33
	C.	The Size and Impact of the Independent Sector	33
	D.	The Risk of Price Discrimination Reducing Competiton	38
	E.	Summary of Conclusions	38
VII	Recommendations		39
	Appendices		
	A.	Resolution to Establish Select Committee on Gasoline Pricing	
	B.	List of Presenters	
	C.	Individuals and Organizations Providing Response to Interim Report	
	D.	Supplementary Research, Data and Analysis	

Table of Exhibits

		Page
1	Summary of Research Undertaken by the Committee	2
2	Breakdown of Retail Outlets in New Brunswick	6
3	Distribution of Outlets by Province	7
4	Gasoline Industry Players and Definitions	8
5	Saint John Ave. Retail Price vs. Canada Ave. Retail Price Excluding Taxes, 1989 to 1996	12
6	Saint John Ave. Retail Price vs. Canada Ave. Retail Price Excluding Taxes, 1991 to 1995	13
7	Price Difference Between Major Urban Centres and the Provincial Average	14
8	NB Ave. Retail Price vs. Saint John Ave. Retail Price Including Taxes	15
9	Saint John Ave. Retail Price Ex-tax vs. Delivered Crude Costs	16
10	Saint John Ave. Retail Margin vs. Canada Ave. Retail Margin	17
11	Saint John Ave. Retail Margins vs. Other Atlantic Cities	18
12	Provincial Motor Fuel Taxes	19
13	Saint John Refining & Marketing Costs and Margins vs. Canada Ave.	20
14	Saint John Refining & Marketing Costs and Margins vs. Other Centres	21
15	Saint John vs. 10 City Average - Breakdown of Price Components	22
16	Tax, Retail Price and Margins by Major Market, 1989 - 1996	23
17	Structure of the New Brunswick Retail Gasoline Business	24
18	Impact of Volume on Retailing Costs	31
19	Retail Price ex-tax vs. Percentage of Independent Outlets	35
20	Retail Price ex-tax vs. Annual Volume of Sales per Outlet	36
21	Saint John Ave. Retail Price vs. Ave. Prices for Other Atlantic Cities	37

I Introduction

A. Mandate

On April 19, 1996, the Legislative Assembly passed a resolution "That Whereas there is a general dissatisfaction with the level of gasoline pricing in New Brunswick compared with neighbouring jurisdictions; Be it therefore resolved that this House appoint a Select Committee on Gasoline Pricing to examine, inquire into and make recommendations to the House with respect to gasoline pricing in New Brunswick . . ." The full text of the resolution is provided in Appendix A.

The resolution was introduced in response to public concern that gasoline prices in New Brunswick were not reflecting the Province's relatively low rate of motor fuel tax. The resolution reflects the importance to New Brunswickers of access to fairly priced motor fuel.

B. Public Hearings and Data Collection

The Select Committee on Gasoline Pricing has undertaken extensive research and conducted public hearings. All gasoline industry interests were represented at the hearings. So too, were a variety of representatives from the Federal Government, other provinces and our own Province. A list of presenters at the hearings is provided as Appendix B. Exhibit 1 summarizes the other research undertaken by the Committee.

C. Interim Report

An Interim Report was prepared by the Committee and tabled in the Legislature November 29, 1996. The Interim Report provided the preliminary analysis and conclusions of the Committee as well as a range of options then under consideration by the Committee. The Interim Report was issued to stimulate input from all industry stakeholders. Feedback on the Interim Report was provided by the individuals and organizations listed in Appendix C.

D. Final Report

This Final Report embodies all of the statistical data presented in the Interim Report as well as an Appendix D which contains additional data and analyses undertaken by the Committee. This final Report contains the Committee's recommendations.

E. Acknowledgements

The Committee wishes to acknowledge the efforts of all parties that appeared at the public hearings and provided feedback to the Interim Report. The research and analysis that went into the presentations was extensive and greatly appreciated. The staff of the Department of Natural Resources and Energy who have provided research assistance on a highly responsive basis are also to be commended. Finally, the Committee is grateful for the cooperation and assistance of officials in other provinces who shared information and facilitated this undertaking.

Exhibit 1
Summary of Research Undertaken by the Committee

- Price comparisons including and excluding taxes for major centres by province across Canada, by major centre within New Brunswick, within Maine at selected border points and for selected States of the U.S. as well as national averages, from 1989 to 1996.
- Comparison of provincial average prices where available.
- Federal and provincial fuel tax comparisons across Canada and with Maine from 1989 to 1996.
- Retail margin comparisons for all major centres across Canada from 1989 to 1996.
- Refiner marketing costs and margin comparisons for all major centres across Canada from 1989 to 1996.
- Comparison of prices and margins and the price of crude.
- Structure of the New Brunswick industry including number of outlets by brand.
- Marine and truck transportation costs by location in New Brunswick.
- Impact of volume on cost per litre.
- Review of oil company profitability data.
- Profile of relevant provincial and federal regulations across Canada.
- Profile of regulatory strategies and related studies in selected U.S. states.

II Background on the Oil Business: Canada and New Brunswick

A. Crude Oil Production

Crude oil is the term used to describe oil in its natural state as it is pumped from sea or land based wells. Crude oil is traded in barrel quantities. One barrel equals 159 litres. The majority of Canadian crude oil production or oil industry "upstream" activity occurs in western Canada. The Cohasset - Panuke field off the coast of Nova Scotia produces 20,000 to 25,000 barrels of crude per day, most of which is shipped to markets in the United States. The Hibernia and Terra Nova fields under development off the Coast of Newfoundland are expected to produce 200,000 barrels per day.

Oil producers generally pay royalties to the jurisdiction in which wells are located, to compensate for the depletion of a non-renewable resource. In Canada, these royalties are collected by the provinces.

Crude oil varies in composition depending on its source. The main variables are sulphur content and density. Crude is priced at a particular location with reference to its source which serves as an indicator of type or grade. West Texas Intermediate, North Sea Brent and Saudi Arabia light are similar crudes and are used as the benchmark crudes for pricing other types of light crude oil. An example of a benchmark price would be "West Texas Intermediate at Chicago."

The price of crude oil is determined by world market forces based on supply and demand. Refineries can contract with producers for long term supply arrangements at fixed prices or purchase on the "spot market" and take immediate delivery. Thus at any point in time, refineries in the same market area could be paying different prices for crude as a result of different supply contracts.

B. Refinery Operations

There are 21 refineries in Canada producing a full range of oil products. The table below presents Statistics Canada data regarding the major product categories, the principal use for each type of product and the portion of demand for crude oil that each category represents:

-	motor gasoline	- for cars and light trucks	42%
-	diesel fuel	- for highway trucks or trains	22%
-	heavy fuel oil	- for large institutional/industrial heating	7%
-	aviation fuel	- for aircraft	6%
-	light fuel oil	- for home heating	6%
-	other products	- such as lubricating oils, greases, asphalt and petrochemical feedstocks	17%

Atlantic refineries are typically set-up to handle light grades of crude. Refineries can alter their operations to process crude oils of different compositions within bounds, as well as different product mixes. For example, in the winter, refineries produce less motor gasoline and more light fuel oil for home heating.

Canadian refineries vary in capacity from 3,600 to 237,500 barrels per day. Most refineries are owned by integrated oil companies that have their own producing wells. Some, including two of the three refineries serving New Brunswick, are owned by companies that only have "downstream" operations: marketing and distribution networks including retail outlets.

Most of Canada's refiners have reciprocal exchange agreements in place. Under these arrangements, companies such as Shell or Petro-Canada that have no refining capacity in Atlantic Canada may trade product on a litre for litre basis with, for example, Imperial Oil which does have an Atlantic refinery. In exchange for supplying product in Atlantic Canada, Imperial Oil would have access to an equivalent volume of product in some other region where it does not have a refinery.

Crude oil is transported from production fields to refineries by pipeline or marine tanker. Atlantic Canadian refineries purchase the majority of their requirements on the world market and are thus serviced by marine tankers. This is easier logistically than transporting oil from western Canada.

Refiners sell to retail gasoline dealers and other oil product distributors either directly from storage tanks at their refinery or through distribution terminals. Refined oil products like gasoline are typically transported to distribution terminals by either marine tanker or pipelines. In Atlantic Canada, all terminals are serviced by marine tanker. Highway truck tankers then transport gasoline from the terminal or refinery truck loading facilities (referred to as "racks") to underground storage tanks at each retail outlet.

C. Retail Sector

Oil refiners make their product available to consumers through a variety of distributors and retail formats. Retail outlets vary in terms of:

- *ownership* - outlets may be owned by integrated oil companies, refiners, independent business people or chain retailers.

- *operation* - outlets can be operated by their owner, by staff directly employed by the owner, or leased to an operator.

- *selling arrangement for gasoline* - some retailers purchase and resell gasoline and as such have input into the retail price. Some outlets, even those which are independently owned, sell gasoline on a commission basis and their supplier owns the gasoline until it is pumped into the consumer's vehicle. Where these arrangements are in place, the retailer is not involved in the price setting process. During a price war, suppliers may switch "buy sell" retailers to a commission system in order that they and not the retailer bear the cost of the price war. Unless the prevalence of commission arrangements is known, it is difficult to determine the extent to which suppliers are involved in the price setting process.

- *use of brand* - the majority of retailers operate under the brand of the integrated oil company or refiner that arranges for them to be supplied. Some independents operate under their own name or the name of the wholesaler that supplies them.

- *ancillary services offered and degree of dependence on gasoline sales* - a majority of outlets now generate substantial revenue from other lines of business such as a convenience store, restaurant, car wash or traditional service bays.

D. The Structure of the New Brunswick Motor Fuel Industry

New Brunswick has approximately 683 retail gasoline outlets. The average throughput for New Brunswick outlets is estimated to be 1.36 million litres annually compared to a Canadian average of approximately 2 million litres. Exhibit 2 provides an estimated breakdown of retail outlets by brand and county. Over 60 percent of outlets operate under Irving or Imperial Oil brands. Less than 10% of outlets are classified as independents. Independent outlets are those which are not owned by an oil refiner or oil producer and also do not operate under the brand of an oil refiner or producer. New Brunswick has the second lowest percentage of such independent outlets in Canada. Exhibit 3 compares the relative share of outlets operated on an independent basis across the 10 provinces. The data in Exhibit 3 is from Octane magazine and should be used only to show trends.

Two refineries provide the majority of supply for the Province. The Irving refinery in Saint John services only Irving outlets. The majority of the other outlets, regardless of brand are supplied from the Imperial Oil refinery in Dartmouth. The Irving refinery is the largest in Canada with a capacity of 237,500 barrels of crude per day. The Imperial Oil refinery with a capacity of 82,200 barrels of crude per day is similar in size to the Canadian average. These refineries are able to access crude at prices comparable to the rest of Canada.

No outlet in New Brunswick is very far from a wholesale terminal. There are "racks" (distribution terminals) in Saint John (Imperial Oil), Chatham (Ultramar) and Belledune (Shell) which generally serve all major brands other than Irving. The northwest corner of the Province receives some supply from the Ultramar refinery in St. Romuld Quebec. The transportation cost from Dartmouth to most outlets in New Brunswick including the cost of marine transport to the noted distribution terminals, is between 1¢ and 2¢ per litre. Transportation costs for outlets serviced by the Saint John refinery are generally less. Truck transport costs are estimated to be between .4¢ and .5¢ per litre per 100 kilometres.

Exhibit 4 provides definitions of the key types of players in the New Brunswick gasoline business. In this report, the term "refiner marketer" is used to refer to both the integrated oil companies that have production, refining and marketing operations as well as those that only have refining and marketing operations.

Exhibit 2. BREAKDOWN OF RETAIL OUTLETS IN NEW BRUNSWICK

County	Majors & Regional Refiners						Independent Marketers							
	Irving	Esso	Petro-Can	Shell	Ultramar	Subtotal	Cantire	Co-op	Dalys	Gregs	Wilsons	Other	Subtotal	Total Outlets
Albert	3	4	0	2	4	13	0	0	0	0	1	0	1	14
Carleton	15	5	2	0	0	22	1	2	0	0	0	3	6	28
Charlotte	13	4	2	0	0	19	1	0	0	0	0	0	1	20
Gloucester	31	27	12	18	13	101	0	5	0	0	0	0	5	106
Kent	11	21	0	4	3	39	0	4	0	0	0	1	5	44
Kings	18	8	1	4	4	35	0	2	2	0	0	0	4	39
Madawaska	8	8	3	0	4	23	0	0	0	3	0	0	3	26
Northumberlan	14	14	7	5	9	49	0	3	0	1	0	3	7	56
Queens	12	7	0	1	2	22	0	0	0	1	0	0	1	23
Restigouche	14	8	3	3	7	35	0	1	0	0	0	1	2	37
Saint John	39	9	2	4	4	58	1	3	3	1	1	1	10	68
Sunbury	6	6	3	2	1	18	0	1	0	0	1	0	2	20
Victoria	11	3	1	0	2	17	0	1	0	0	0	1	2	19
Westmorland	28	29	9	10	15	91	2	4	0	3	2	0	11	102
York	23	25	7	13	10	78	1	2	0	0	0	0	3	81
Total	246	178	52	66	78	620	6	28	5	9	5	10	63	683

Notes:

ESSO & Metro are combined because Metro is a wholly owned subsidiary of ESSO

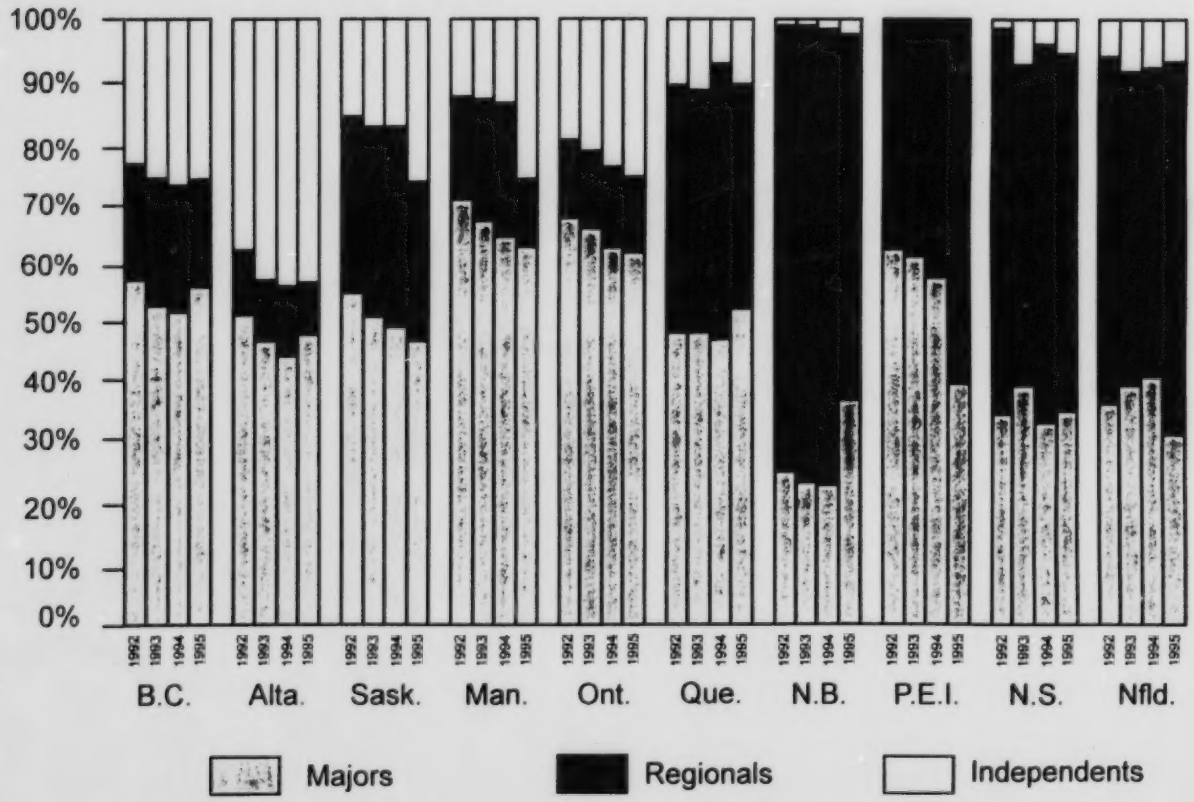
Other Independents includes Small Town Fuels, Manco and other non-affilliated independents.

This exhibit has been generated from secondary data sources each of which have certain limitations.

Readers should be cautioned that stations open and close and change brands on a regular basis such that the data in this exhibit becomes dated quickly.

Source: DNRE Surveys

Exhibit 3. Distribution of Outlets by Province



Source: Octane

Exhibit 4
Gasoline Industry Players and Definitions

Integrated Oil Companies	These are typically large multi-national firms that: - produce crude oil from their own wells; - refine the crude into a variety of products including gasoline. - operate distribution terminals or "racks" which are typically a set of large bulk tanks referred to as a "tank farm" located on a marine terminal where waterborne tankers can unload. - market gasoline both through outlets they own and outlets owned by other firms or individuals. The outlets owned by the integrated oil companies generally operate under that company's brand. Independent outlets may operate under one of the major brands or under an independent brand. The integrated oil companies active in New Brunswick are Imperial Oil, Shell and Petro-Canada. Metro is a brand owned by Imperial Oil.
Refiner Marketers/ Regional Refiners	These companies differ from the integrated oil companies only in that they do not have oil production operations. These firms purchase crude oil on the world market for their refining operations. The refiner marketers active in New Brunswick are Ultramar and Irving Oil. XL and Turbo are brands owned by Ultramar.
Branded Independents	These are independently owned gasoline marketers that own one or more outlets and purchase gasoline from a refiner marketer or an integrated oil company. These outlets operate under the brand of the refiner marketer or integrated oil company that supplies them. These outlets generally have multi-year agreements with their supplier in which they agree to buy only from that supplier. The supplier often invests in signage, equipment or facility improvements in exchange for the long term purchasing commitment.
Unbranded Independents	These are independently owned gasoline marketers that own or supply one or more outlets and purchase gasoline from a refiner marketer or an integrated oil company. Neither they nor their customers operate under the brand of a refiner marketer or an integrated oil company. Co-op, Canadian Tire, Wilson, Greg's and Daly's are examples of unbranded independents.

In this report, the term "refiner marketer" is used to refer to both refiner marketers and the integrated oil companies. Where the term "independent" is used, the reference is to unbranded independents.

III Review of Price Components 1989 to 1996

This chapter presents comparative data on retail prices, retail margins, taxes, refining and marketing costs and margins and crude costs from 1989 to 1996.

The principal source of gasoline industry price and margin data is Natural Resources Canada (NRCan). Since 1986, NRCan has compiled price and margin data for the largest city in each Canadian province on a monthly basis, relying on data supplied by each province. Every oil company presenting to the Committee used NRCan statistics to support their arguments. It is important, nonetheless, to recognize that the data is only from the major centres and does not represent provincial averages or allow calculation of national averages. Appropriate caution must thus be used in making inferences from the data regarding province-wide conditions.

A. Retail Prices Excluding Taxes

1. Saint John

NRCan data comparing prices in Saint John to the average of prices in the largest centre in each province is provided in Exhibits 5 and 6. With the exception of a period of distortion around the time of the Gulf war, the price in Saint John excluding taxes (ex-tax price) has fluctuated between 28 and 35 cents per litre since 1989. The exhibits indicate that although the Saint John price was similar to the major city average during 1989 and 1990, beginning in September of 1991 a gap began to appear. As shown in Exhibit 6, the gap between the Saint John price and the major city average increased from 1991 until 1995 and averaged at least 4 cents per litre. The gap decreased and perhaps disappeared in 1996, a period when there were severe and prolonged price wars in selected markets in the Province. Appendix D provides various other price analyses on both tax included and tax excluded bases comparing the Saint John average price and the New Brunswick average retail price to various other cities and jurisdictions.

2. New Brunswick Average

Comparisons of provincial average prices between New Brunswick and other provinces are difficult because of a lack of data. The Department of Natural Resources and Energy undertakes price surveys for New Brunswick and Nova Scotia. Only Ontario, Manitoba and British Columbia were also able to provide provincial average data.

Exhibit 7 provides provincial average data for Nova Scotia, Ontario, Manitoba and British Columbia for 1994, 1995 and 1996 to the end of August. The exhibit indicates both differences between major centre and provincial average prices as well as differences between provinces.

Ex-tax prices on a provincial average basis for New Brunswick were substantially higher in 1994, 1995 and 1996 than Nova Scotia and Ontario, but comparable to Manitoba. In 1994, the New Brunswick average was

2.4 cents per litre higher than the Nova Scotia average and 4.1 cents higher than the Ontario average. In 1995, the New Brunswick average was 6.4 cents per litre higher than the Nova Scotia average and 4.8 cents higher than the Ontario average.

Referring again to Exhibit 7, the differences between the major centre averages and provincial averages provide an indication of the ability of the major centre averages to reflect provincial average conditions. In Ontario, Nova Scotia, Manitoba and British Columbia there was a spread of approximately 2 cents per litre between the provincial average and the major centre average. This contrasts with New Brunswick where the Saint John price has tracked the provincial average price closely as shown in Exhibit 8. Thus although the Saint John price provides a reasonable proxy for the New Brunswick provincial average, the major centre price appears less representative of average prices in other provinces.

B. Cost of Crude

Exhibit 9 compares the Saint John ex-tax retail price to the cost of crude oil. According to the NRCan data, the cost of crude has ranged between 11 and 19 cents per litre from 1989 to mid-1996, excluding the time around the Gulf war. Over the period, the cost of crude has typically been less than 30% of the total retail price of motor fuel including taxes.

C. Retail Margins

A comparison of the retail margin in Saint John compared to the average retail margin for other major Canadian cities is provided in Exhibit 10. Exhibit 11 provides a comparison between retail margins in Saint John, St. John's , Halifax and Charlottetown. Both graphs indicate that the retail margin in Saint John has been relatively constant at a level averaging a little over four cents per litre, except during the first half of 1996 when it dropped below four cents. The other major centres collectively exhibit a declining trend over most of this period to an average margin closer to three cents per litre during 1994 and 1995, increasing somewhat in 1996 but remaining below the Saint John level. Saint John retail margins have been similar to or below those of St. John's and Charlottetown since 1991. Relative to Halifax, from 1991 to early 1993 Saint John retail margins were lower. Since March of 1993, Halifax retail margins have been lower than Saint John on a reasonably consistent basis. Retail margins for other Canadian cities compared to Saint John are provided in Appendix D.

D. Taxes

Provincial tax levels for 1989 to 1996 by province are presented in Exhibit 12. The New Brunswick tax rate is 10.7 cents per litre relative to 13.5 cents per litre in Nova Scotia and a Canadian average of 14.9 cents. In addition to the provincial tax, there are federal taxes which averaged 13.7 cents per litre for the 10 major centres across the country in 1996. Appendix D provides tax comparisons by province and versus Maine from 1989 to 1996.

E. Refining and Marketing Costs and Margins

NRCan calculates a value referred to as "refining and marketing costs and margins" by subtracting the published cost of crude, taxes and retail margins (from surveys) from the retail prices reported in its monthly 10 city survey. Exhibit 13 provides a comparison of this value for Saint John versus the other

major Canadian centres. Exhibit 14 compares Saint John to Halifax, Montreal and Toronto. Refining and marketing costs and margins are higher in Saint John than both the major centre average and the other cities isolated in Exhibit 14, on a consistent basis from 1992 to 1995. In 1996, the gap between Saint John and other centres diminished.

F. Overview of all Price Components

The differences in all price components between Saint John and the other major cities are quantified in Exhibit 15 using data for the first six months of each year from 1992 to 1996. The difference between Saint John retail margins plus refining and marketing costs and margins averaged more than four cents per litre from 1992 to 1996. Exhibit 16 provides average data for retail prices, taxes and margins for the ten cities surveyed by NRCan as well as a volume weighted average for the 10 cities.

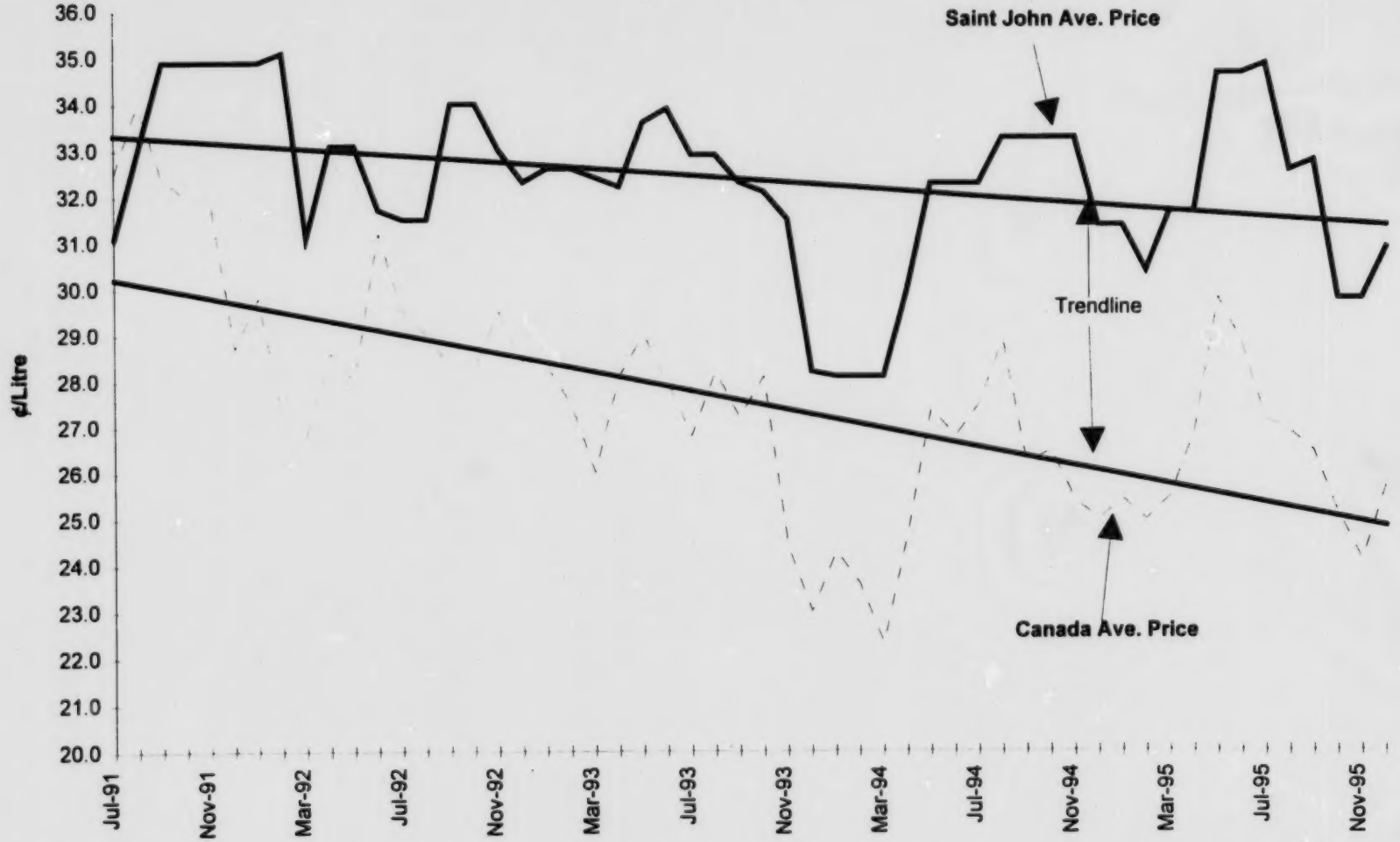
G. Price Diversity within New Brunswick

Exhibit 17 provides annual average tax included prices by county within New Brunswick from 1992 to 1996 and the percentage of independents by county. The exhibit illustrates the degree of variation in prices from county to county and how relative prices fluctuate over time. As an example, in 1992, the average Moncton price was 5.3 cents per litre higher than the Fredericton price. In 1996, the Moncton price was 1.8 cents per litre lower than the Fredericton price. The spread between the market with the lowest yearly average prices and the one with the highest yearly average prices has been 8.9 cents, 5.5 cents 3.3 cents, 3.5 cents and 5.8 cents per litre respectively for 1992 to August of 1996 respectively.

Exhibit 5. Saint John Ave. Retail Price vs Canada Ave. Retail Price Excluding All Taxes, 1989 - 1996

Note: Canadian average is for 10 major cities
Source: NR Can

Exhibit 6. Saint John Ave. Retail Price vs Canadian Ave. Excluding All Taxes, July 1991 - December 1995



Canadian average is for 10 major cities.
Source: NR Can

FNLRPTE.XLS, Exh 6

Exhibit 7. Price Difference Between Major Urban Centre and the Provincial Average

¢/Litre

	Including Taxes			Excluding Taxes		
	1994	1995	1996 To Date	1994	1995	1996 To Date
New Brunswick						
Saint John	54.1	56.4	53.9	31.4	32.2	29.6
Prov Avg. Incl Saint John	53.9	57.2	56.6	31.3	33.1	32.3
Difference	0.1	(0.9)	(2.7)	0.1	(0.8)	(2.7)
Nova Scotia						
Halifax	52.1	54.1	53.2	27.1	27.3	26.2
Prov Avg. Incl. Hailifax	53.7	56.5	56.4	28.8	29.6	29.4
Difference	(1.6)	(2.4)	(3.2)	(1.8)	(2.2)	(3.2)
Ontario						
Toronto	50.1	52.9	55.3	23.6	24.5	27.0
Prov Avg. Incl. Toronto	52.4	56.3	58.8	27.1	28.2	30.5
Difference	(2.3)	(3.4)	(3.5)	(3.5)	(3.7)	(3.5)
Manitoba						
Winnipeg	55.2	54.4	56.0	31.8	29.5	30.8
Prov Avg. Incl. WInnipeg	55.0	57.3	59.4	31.6	32.4	34.1
Difference	0.2	(2.9)	(3.4)	0.2	(2.9)	(3.4)
British Columbia						
Vancouver	57.0		59.0	31.5		30.0
Prov Avg. Incl. Vancouver	51.4		58.8	29.1		33.0
Difference	5.6		0.2	2.4		(3.0)

Data is for 12-May-93 and 12 Apr-96

Vancouver has a 4 cpl transit tax

Source:

New Brunswick and Nova Scotia: NBDNRE Surveys, NSDNR

Ontario: Ont. Ministry of Energy

Manitoba: Manitoba Ministry of Consumer & Corporate Affairs

British Columbia: BC Utilities Commission, British Columbia Inquiry into Gasoline Pricing

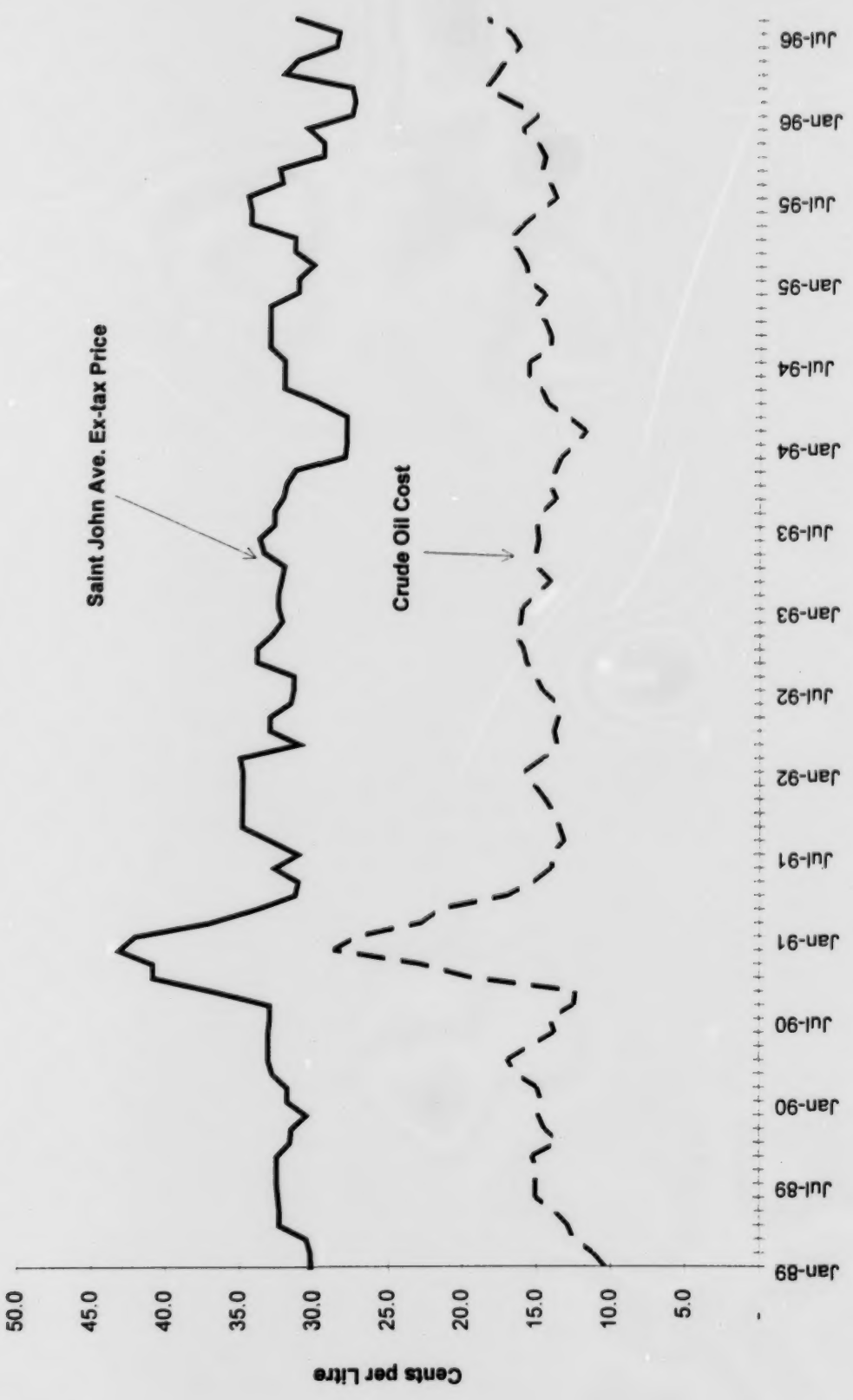
Exhibit 8. NB Ave. Retail Price vs Saint John Ave. Retail Price Including All Taxes ($Cdn)
1989 - 1996

NB ave. price is for the eleven largest municipalities in the province.

Source: DNRE Surveys

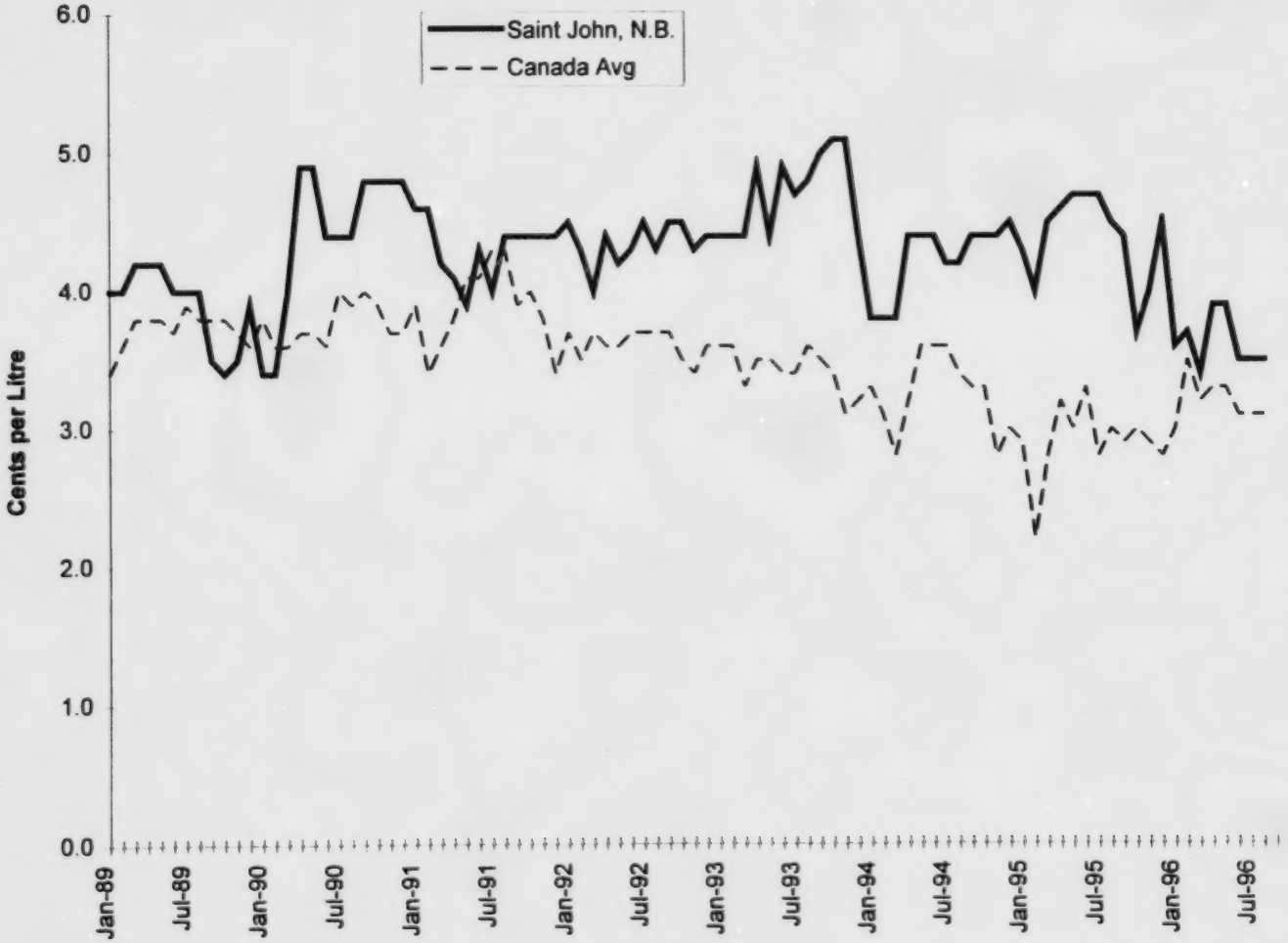
FNLRPTE.XLS, Exh 8

Exhibit 9. Saint John Ave. Retail Price Excluding Taxes vs. Delivered Crude Costs, 1989 - 1996



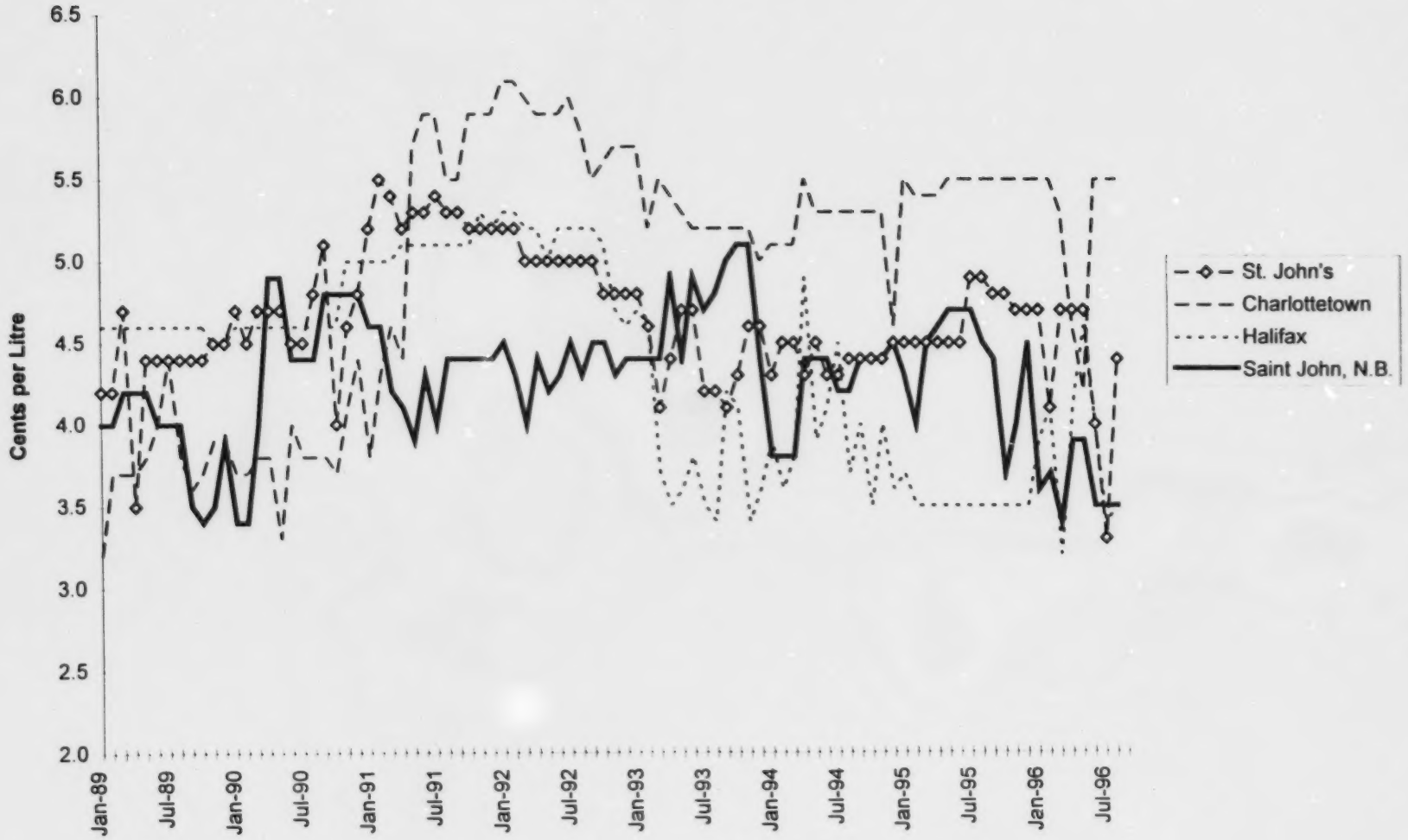
Source: NR Can

Exhibit 10. Saint John, N.B. Ave Retail Margin vs Canada Ave. Retail Margin, 1989 - 1996



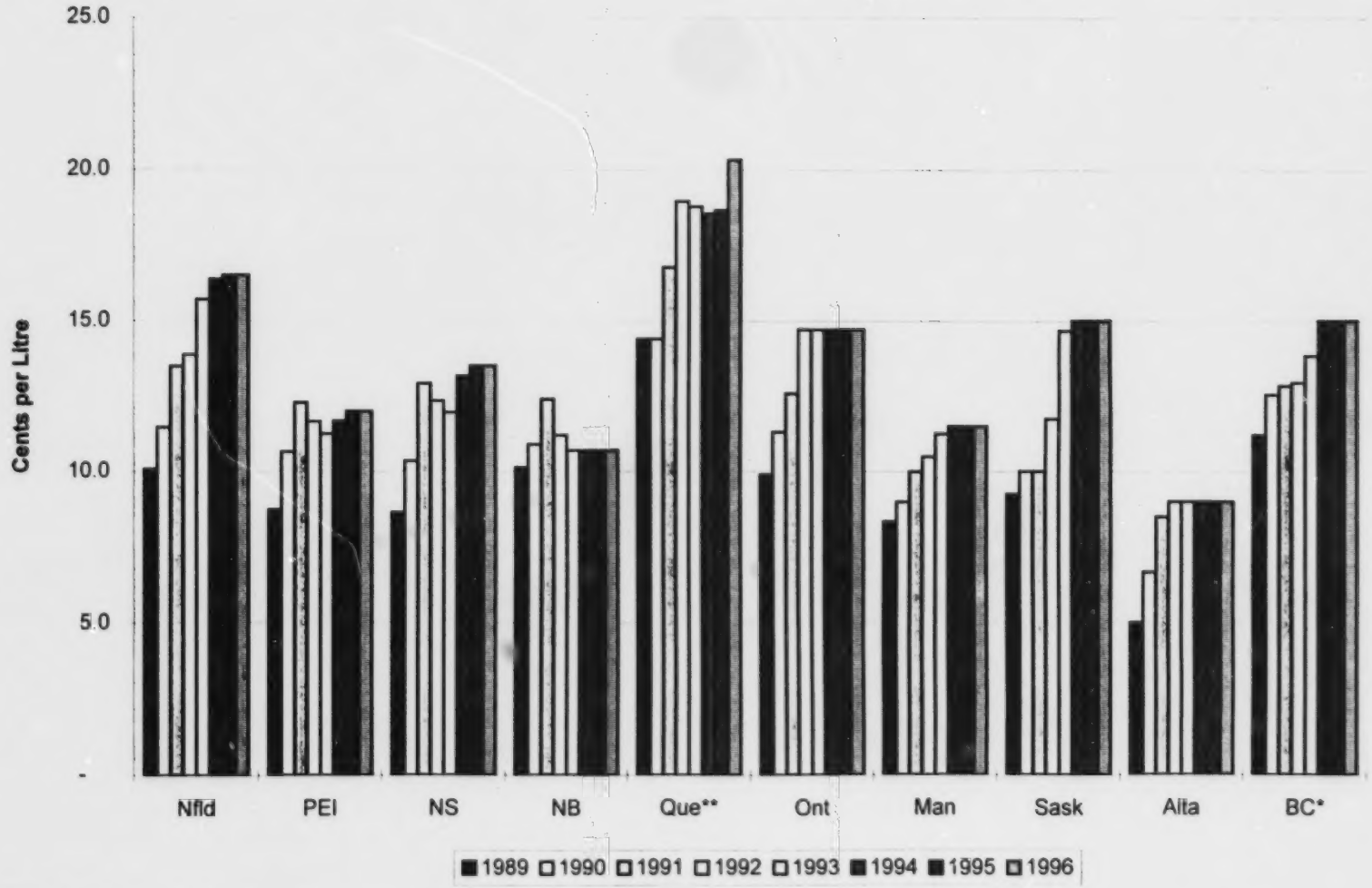
Source: NRCan

Exhibit 11. Saint John, N.B. Ave Retail Margin vs Ave Retail Margins in Other Atlantic Cities, 1989 - 1996



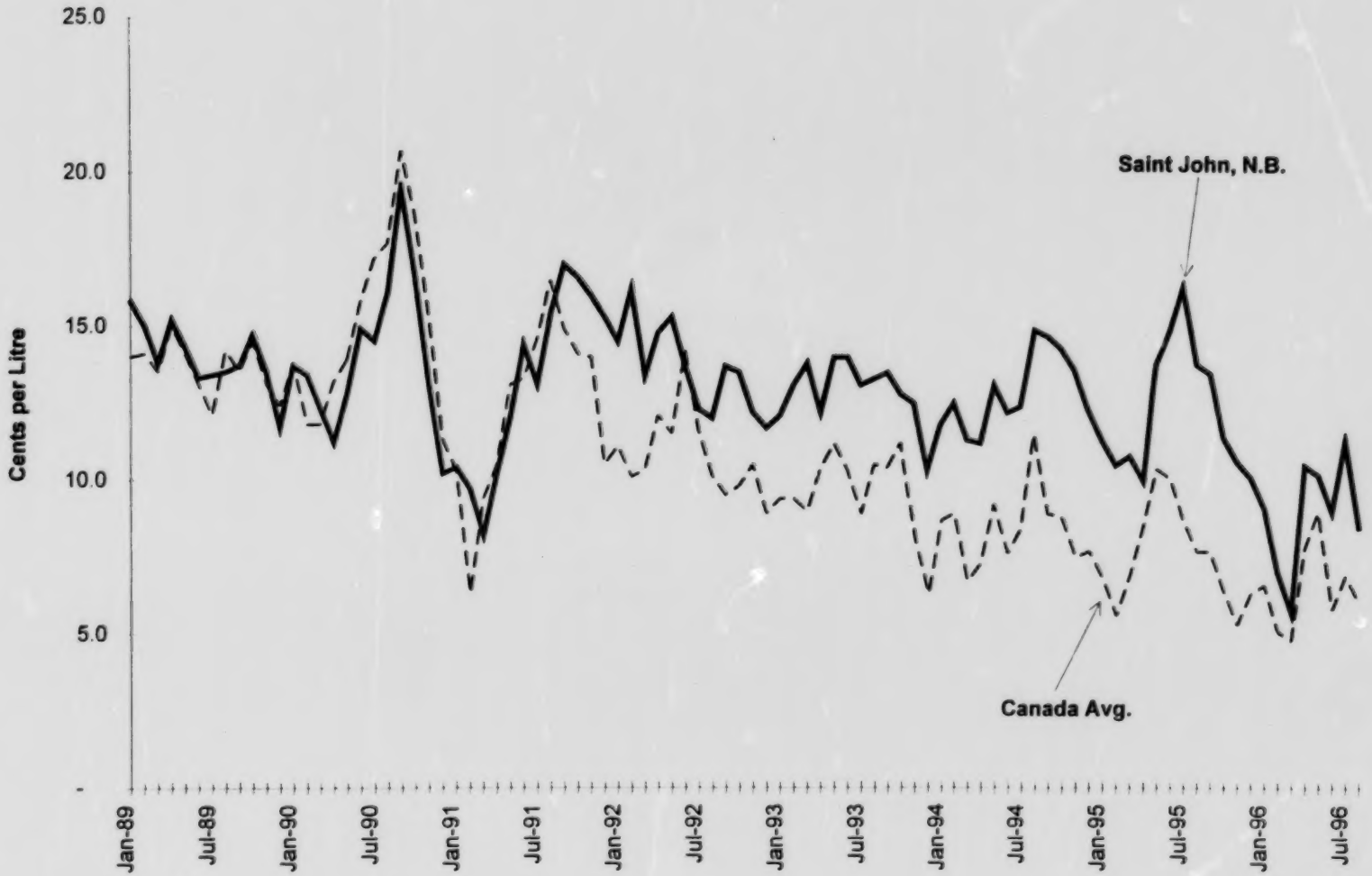
Source: NRCan

Exhibit 12. Provincial Motor Fuel Taxes



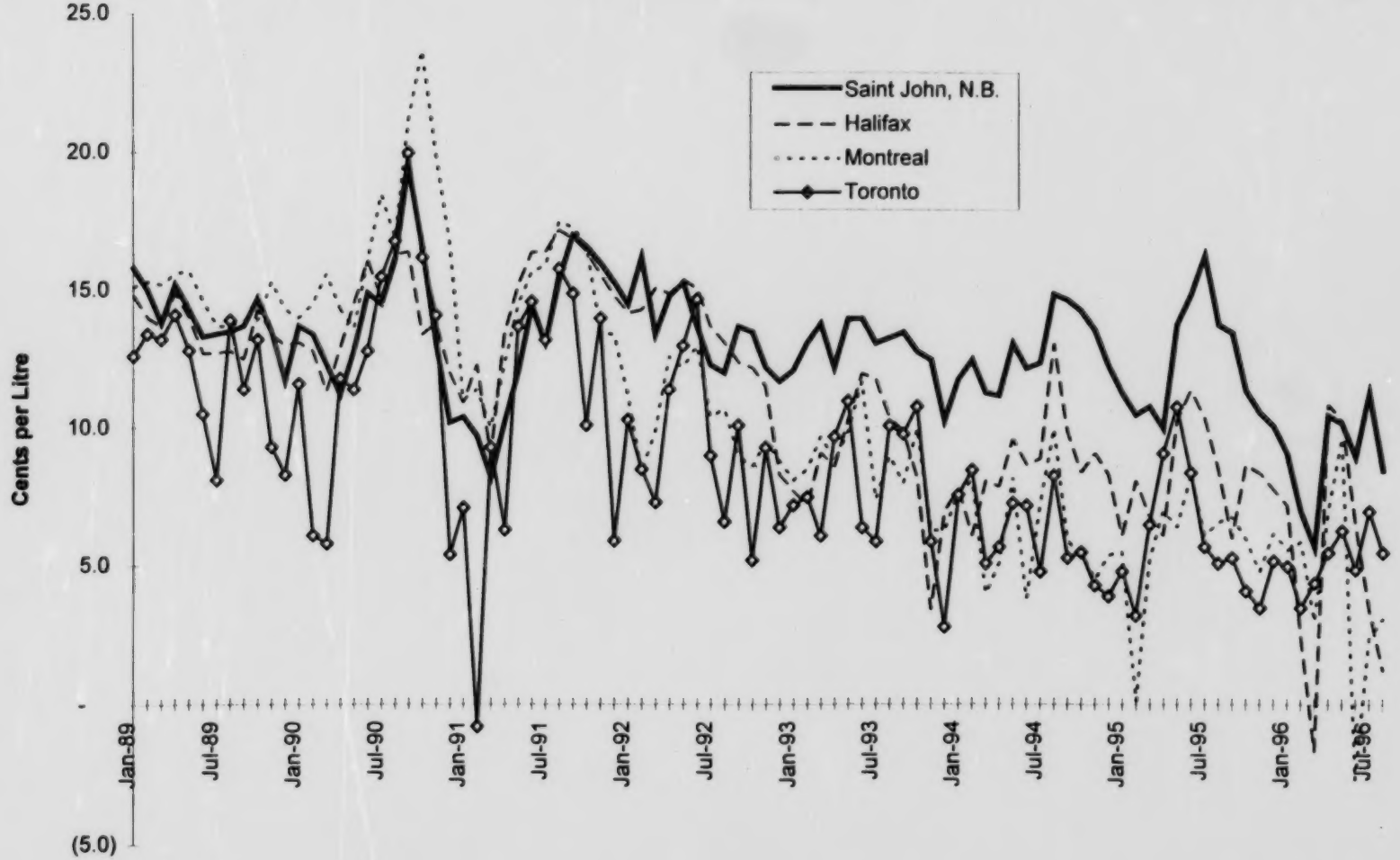
* BIncludes the Vancouver transit tax.
** Includes the Montreal 1.5¢/l transit tax eff. Feb. 1996.
Source: NRCan

Exhibit 13. Saint John Refining & Marketing Costs & Margins vs Canada Ave, 1989 - 1996



Canada average is for 10 major cities.
Source: NRCan

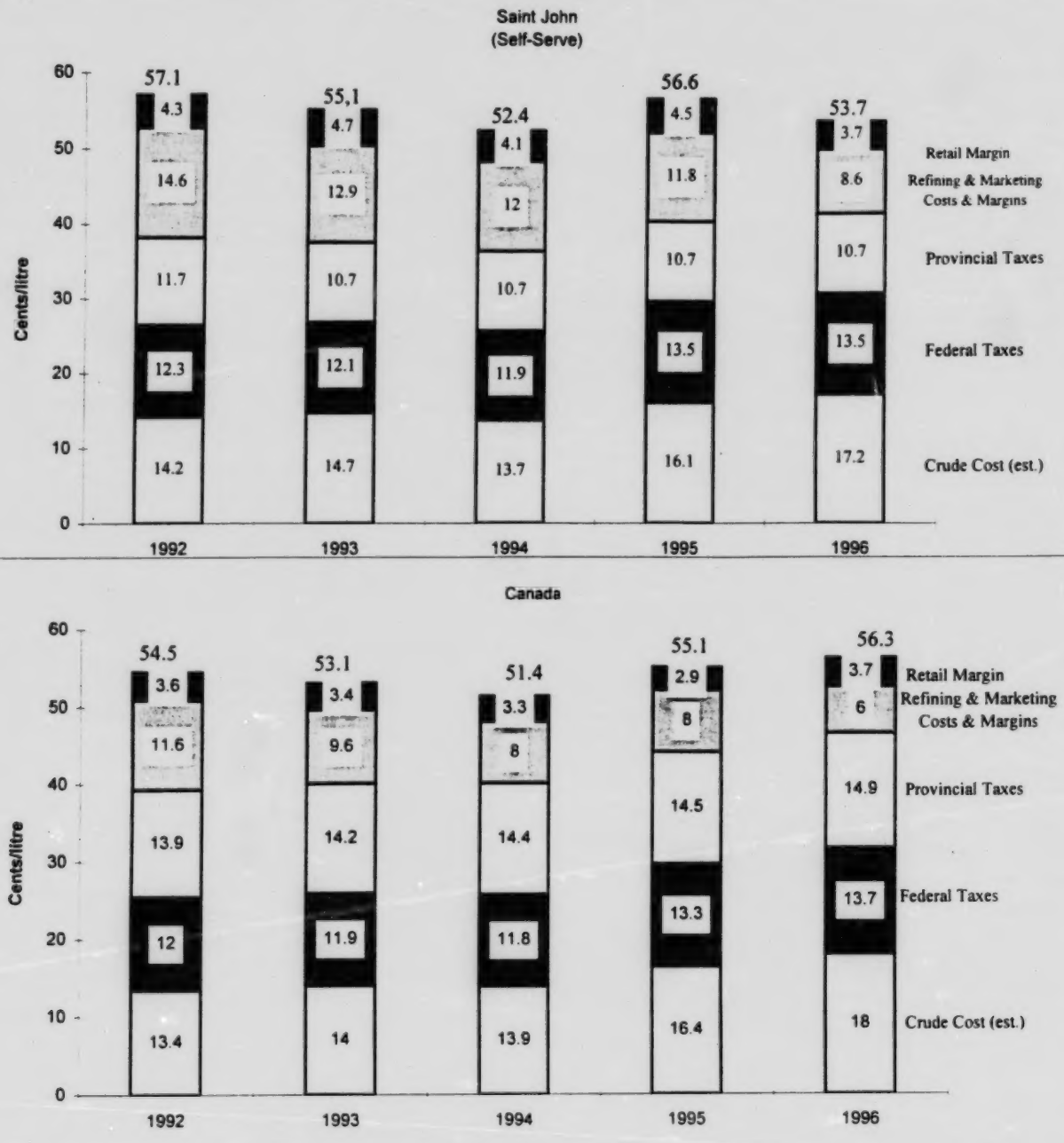
Exhibit 14. Saint JohnRefining & Marketing Costs & Margins vs Other Major Centres, 1989 - 1996



Source: NRCan

FNLRPTE.XLS, Exh 14

Exhibit 15 Saint John versus 10 City Average - Breakdown of Price Components, 1992 - 1996



Summary of Differences between Saint John & Canada:
Retail Margin Plus Refining & Marketing Costs and Margins (Cents per Litre)

	1992	1993	1994	1995	1996
Saint John, NB	18.9	17.6	16.1	16.3	12.3
Canada Ave	15.2	13	11.3	10.9	9.7
Difference	3.7	4.6	4.8	5.4	2.6

Note: First six months of each year only
Source: NRCan

Exhibit 16. Tax, Retail Price and Margins by Major Market, 1989-1996
Cents per Litre

		St. John's	Charlt'n	Halifax	Saint John	Montreal	Toronto	Win'peg	Regina	Calgary	Vanc.	10 City Ave.
1992-96	Tax	28.7	24.5	25.4	23.4	31.5	27.1	23.7	26.8	21.1	27.0	26.8
	Price	59.6	57.9	53.7	55.3	57.7	52.4	53.0	54.0	48.0	55.9	54.1
	Margin	15.8	18.2	13.2	16.7	10.7	9.9	14.7	12.6	12.5	13.7	12.0
1996 YT	Tax	30.4	25.9	27.0	24.3	34.0	28.3	25.2	28.9	22.4	28.9	28.5
	Price	59.1	58.7	53.2	54.3	59.6	55.3	56.8	58.4	51.1	60.0	56.4
	Margin	11.6	15.5	8.9	12.7	7.7	8.3	13.6	11.7	11.2	12.7	9.7
1995	Tax	30.5	25.8	26.9	24.3	32.0	28.0	25.0	28.6	22.1	28.6	27.8
	Price	62.7	59.2	54.1	56.4	56.7	52.5	54.5	56.8	49.0	57.8	54.1
	Margin	17.0	18.0	11.7	16.6	8.7	8.2	14.0	12.8	11.8	13.2	10.4
1994	Tax	28.8	23.8	25.1	22.7	30.4	26.5	23.5	27.1	20.6	27.1	26.3
	Price	59.1	55.3	52.1	54.1	55.1	50.1	52.6	55.7	47.2	55.2	52.5
	Margin	16.3	17.3	12.8	17.1	9.9	8.8	15.0	14.5	12.8	13.5	11.7
1993	Tax	27.9	23.4	23.8	22.8	30.8	26.6	23.2	26.6	20.5	25.9	26.1
	Price	56.6	56.1	50.9	55.1	57.7	51.4	51.7	52.4	46.5	54.4	53.1
	Margin	14.1	18.1	12.6	17.6	12.2	10.8	15.4	12.6	12.8	14.5	13.0
1992	Tax	26.3	24.1	24.7	23.4	31.1	26.7	22.3	23.4	20.6	24.9	25.9
	Price	60.2	60.4	58.1	56.3	60.3	53.6	50.8	48.4	47.3	53.3	54.6
	Margin	18.9	21.3	18.5	18.0	14.2	12.6	15.0	11.4	13.3	14.1	14.4
1991	Tax	26.1	24.9	25.5	24.8	29.2	24.6	21.9	21.6	20.2	25.0	24.7
	Price	63.0	62.7	61.9	59.1	64.4	54.6	52.4	47.2	48.4	55.9	56.8
	Margin	20.1	21.0	19.6	17.5	18.3	13.9	15.9	11.0	13.7	14.8	16.2
1990	Tax	23.6	22.8	22.5	23.1	26.6	23.5	21.2	22.2	18.8	24.7	23.5
	Price	62.0	58.5	58.0	58.4	63.4	55.7	55.6	54.8	54.3	61.9	58.7
	Margin	21.4	18.7	18.6	18.4	20.9	15.7	18.0	16.2	19.3	20.6	18.9
1989	Tax	20.7	19.3	19.2	20.7	25.0	20.5	18.9	19.8	15.6	21.8	20.9
	Price	54.9	52.0	51.1	52.3	57.0	49.2	48.5	49.2	45.4	52.4	51.7
	Margin	20.6	19.0	18.2	17.9	18.5	15.2	16.1	16.0	16.7	17.2	17.4

Notes: Tax is the average federal and provincial taxes combined for the period indicated.
Price is the average for the period indicated.
Margin is the average of retail margin and refining and marketing costs and margins for the period indicated.
10 City Average is weighted by volume.
1996 YTD is Jan to July 31.
Source: NRCan

Exhibit 17. Structure of the New Brunswick Retail Gasoline Business

County	Number of Outlets						Major Centre	Average Price				
	Non-Independents		Independents		Total			1992	1993	1994	1995	1996
	#	% of Outlets in the County	#	% of Outlets in the County	#	% of Total Outlets		¢ / litre				
Albert	13	93%	1	7%	14	2%						
Carleton	22	79%	6	21%	28	4%	Woodstock	56.0	55.7	54.0	57.7	55.7
Charlotte	19	95%	1	5%	20	3%	St. Stephen	56.0	56.6	55.3	57.9	56.6
Gloucester	101	95%	5	5%	106	16%	Bathurst	60.0	54.2	53.8	58.8	54.2
Kent	39	89%	5	11%	44	6%	Richibucto					56.9
Kings	35	90%	4	10%	39	6%	Sussex	57.0	56.0	54.7	57.1	56.0
Madawaska	23	88%	3	12%	26	4%	Edmundston	51.1	51.1	52.0	56.2	51.1
Northumberland	49	88%	7	13%	56	8%	Miramichi City	59.0	55.4	53.6	57.3	55.4
Queens	22	96%	1	4%	23	3%	Minto					55.9
Restigouche	35	95%	2	5%	37	5%	Campbellton	58.5	53.5	53.5	57.7	53.5
Saint John	58	85%	10	15%	68	10%	Saint John	56.9	55.3	53.8	56.6	55.3
Sunbury	18	90%	2	10%	20	3%	Oromocto					55.9
Victoria	17	89%	2	11%	19	3%	Grand Falls					55.6
Westmorland	91	89%	11	11%	102	15%	Moncton	59.6	54.6	52.5	55.3	54.6
York	78	96%	3	4%	81	12%	Fredericton	54.3	53.7	54.1	56.5	53.7
Total	620	91%	63	9%	683	100%	NB Average	56.9	54.6	53.9	57.3	56.2

Notes:

Non-Independents includes Irving Oil, ESSO, Metro, Shell, Petro-Can, Ultramar

Independents includes Canadian Tire, Co-op Atlantic, Greg Fuels, Wilson Fuels and others.

This exhibit has been generated from secondary data sources each of which have certain limitations.

Readers should be cautioned that stations open and close and change brands on a regular basis such that the data in this exhibit becomes dated quickly.

Source: DNRE Surveys

IV Regulation in Other Jurisdictions

A. Initiatives in Other Provinces and at the Federal Level

For the past few years, the only province with any regulatory involvement of note in the retail gasoline sector has been Prince Edward Island. That province regulates all aspects of gasoline retailing including prices and margins. However, gasoline pricing has become an issue in a number of Canadian provinces and regulatory strategies are being reconsidered.

The Province of Quebec announced a new regulatory scheme on October 17, 1996 which entails both retail and wholesale margin regulation. British Columbia has been conducting an inquiry and released a preliminary report in September, 1996. The report states that the British Columbia market "fails in certain respects to satisfy the conditions of a completely competitive industry" and further that "price discrimination appears to be occurring". The Government of Nova Scotia has initiated talks with the oil companies due to concerns about the potential for price discrimination to harm its independent marketers and competition generally.

The Federal Government plays an indirect role in the regulation of the industry through the *Competition Act*. The Bureau of Competition Policy which has responsibility for implementing the Act has just concluded an investigation into the gasoline industry. In a presentation to the Committee during the public hearings, Industry Canada indicated "The purpose of the Act ... is to promote the efficiency and adaptability of the Canadian economy ... ensure small and medium sized business have an equitable opportunity to participate in the Canadian economy and to provide consumers with competitive prices and product choices."

Since 1935, the Act has had provisions respecting price discrimination and predatory pricing. The hearing transcripts indicate: "... price discrimination is being party to a sale that discriminates against competitors of a purchaser of an article by granting a discount or other advantage to that purchaser which is not available to competitors at the time of sale.... Predatory pricing is a situation in which a dominant firm charges low prices over a long enough time period so as to drive a competitor from the market or deter others from entering the market. Having done that, it then raises prices to recoup losses ... behaviour must have the effect of substantially lessening competition or eliminating a competitor."

The burden of proof under the *Competition Act* is that predatory pricing and price discrimination must be proven beyond a reasonable doubt. In large part, because this burden of proof is so difficult to satisfy, Industry Canada indicated "there are very few cases extant in this area ... there are one or two in both instances which have gone through the courts ... a provision that is not very often used."

The conclusion of the Committee is that the *Competition Act* has little effect in preventing discriminatory pricing or predatory pricing.

An overview of the regulatory climate across the country is provided in Appendix D.

B. Regulation in the United States

A number of states in the United States have implemented fair marketing practices legislation to protect independent gasoline marketers from predatory pricing. There are approximately 21 states that have so called "below cost " selling laws, and six states with partial divorcement legislation. The below cost selling laws prohibit gasoline retailers from selling at a price that does not cover their costs of doing business, with allowed exceptions such as to promote the opening of a new station or to meet a competitor's price. The partial divorcement laws prohibit integrated oil companies from operating outlets but do not prohibit them from outlet ownership.

There have been a variety of studies conducted on the impact of these laws. Regrettably, it is difficult to draw firm conclusions from these studies. One industry observer noted the conclusions of many studies tend to be predictable depending upon the study's sponsor.

Of particular note is a 1987 study sponsored by the American Petroleum Institute (API) entitled: "The Effects of State "Below Cost" Selling Laws on Retail Prices of Motor Gasoline". The API is the industry association for the integrated oil companies in the United States. This study has been cited by oil companies operating in New Brunswick in presentations to the Committee. It presents an analysis indicating that prices in the twelve months immediately following the implementation of below cost selling legislation, in three states with such laws, were higher than in neighbouring states without such laws. The study concludes that such laws are contrary to the consumer interest. The Committee has reviewed this study carefully and identified concerns with the methodology employed. In particular, the brevity of the time period examined raises questions about the validity of the conclusions.

Independent gasoline marketers in the United States have been promoting a piece of draft legislation referred to as HR 2966 which would introduce changes to the federal level *Petroleum Practices Marketing Act* in that country. This legislative proposal is best characterized as anti-discriminatory in that instead of prohibiting below cost selling, it prohibits a refiner marketer from selling to its regular customers at a price greater than 94% of the price charged at its own retail outlets. The refiner is free to engage in a price war under this proposal, but must protect all of its regular customers when it does so.

Appendix D provides additional information regarding legislation in selected US States.

V Hearing Highlights and Interim Report Feedback

This chapter provides an overview of the facts and opinions presented at the public hearings and in the feedback received in response to the Interim Report.

A. Overview of Oil Company Presentations at Hearings

The oil companies with refining capacity presented the Committee with a consistent perspective at the hearings, which is that there is no need to consider additional regulation of the gasoline industry. The principal reasons offered in support of this view are that:

- Gasoline prices excluding taxes, and refining and marketing margins have been on the decline in New Brunswick and across Canada for the past five years.
- Gasoline, excluding taxes, is approximately 30% less costly today in inflation adjusted terms, than it was in 1980.
- Gasoline retailing practices are changing rapidly. The traditional two bay and pump island outlet is becoming relatively rare while a growing number of outlets have significant other revenue sources such as a convenience store or restaurant. Gasoline is at least as important to these outlets as a traffic builder, as for its direct profit contribution.
- New Brunswick has a high number of retail outlets per capita and for the available volume. Accordingly, it has an inherently expensive retail network which accounts for higher prices.
- The market share of independents has been growing on a national basis as well as in New Brunswick.
- Jurisdictions with experience in regulation have typically witnessed higher prices for consumers. Nova Scotia was often cited as an example.
- The New Brunswick market exhibits the characteristics of a competitive market: competing wholesale suppliers, a variety of retail suppliers and brands, price volatility and price diversity.
- Care must be taken in drawing conclusions from the NRCan data which only includes information from the largest city in each province.

B. Independent Dealer Presentations

The presentations made by the independently owned gasoline dealers operating under the brand of a refiner marketer and the views offered by independent chains such as Wilson or Greg's were consistent. Their principal assertions were that:

- There is a concerted campaign by the refiner marketers to decrease the number of independently owned retail outlets in the Province.

- The means being used by refiner marketers to "squeeze" independent dealers include:

  - a variety of unexpected new charges or changes in costs for credit, temperature adjusted pricing and communications equipment.

  - discriminatory pricing to the degree that dealers have paid wholesale prices higher than the retail price at nearby outlets operating under their supplier's brand.

- Independent dealers are important to consumers as they encourage a price competitive market.

- The independents that operate with low cost structures and that pass these efficiencies on to consumers, offer consumers a choice, good value and serve to promote efficiency on behalf of all retailers.

- Integrated oil companies use margins from non-retail activities to subsidize price wars undertaken to drive independents out of business or out of the price setting process. This practice is unfair and contrary to the interests of consumers.

- If independents are driven out of the market, it is highly unlikely that new entrants will appear and foster price competition. With only a few players, the market will become less competitive and more susceptible to higher prices over the long term.

- There must be a reason why over twenty U.S. States have enacted legislation to protect independent gasoline dealers from predatory pricing.

- Municipal zoning restrictions have made it difficult to secure property for retail gasoline outlets and inhibited competition.

VI Analysis and Conclusions Regarding Key Issues

The Committee has focused on four key issues in undertaking its review of the industry:

- differences in prices and margins
- the impact of the fuel tax reduction
- the size and impact of the independent sector
- the risk of price discrimination reducing competition

These issues are discussed in turn below.

A. Differences in Prices and Margins

1. Saint John versus other major cities

From 1991 through 1995, Saint John prices excluding taxes averaged at least 4 cents per litre more than the average for the largest cities in each province across the Country. Some of this difference is due to slightly higher retail margins in Saint John as shown in Exhibit 10. Most of it is due to higher refining and marketing costs and margins as shown in Exhibit 13. This price differential is particularly notable considering that in 1989 and 1990, Saint John prices were essentially comparable to the average for the other major centres.

The oil companies argue that the noted differences relative to other markets are less important than the fact that both ex-tax prices and refining and marketing costs and margins have decreased in Saint John since 1991. The Committee however is of the view that comparisons to other markets are pertinent. Further, the data indicates that ex-tax prices and refining and marketing costs and margins have not decreased to the same extent in Saint John as the average for other major centres.

The principal factor put forward by the oil companies to explain the 4 cent difference is the lower average station throughput for Saint John versus larger centres. While the average throughput for Saint John stations is not known, Exhibit 18 provides an indication of the impact of average throughput on costs. The analysis suggests that the impact of throughput is in the range of 1 cent to 2 cents per litre. Offsetting this are three factors:

- the lower cost of doing business in Saint John due to factors such as real estate values.
- the fact that until 1993, the price comparison presented uses a full service price for Saint John but a self service price for other cities. Thus, in 1994 and 1995 when all prices were self serve, a smaller gap between Saint John and other centres, not larger, would be expected.
- transportation costs which favour Saint John because of the presence of both the Irving refinery and an Imperial Oil marine terminal.

Balancing all of these factors, the Committee concludes that a substantial portion of the 4 cent per litre differential is not explainable by cost factors. Market factors, specifically a lack of competition in the market from 1991 to 1995 are believed to account for the difference. The decreases in prices realized in 1996 reflect the impact of greater competition

Exhibit 18
Impact of Volume on Retailing Costs

New Brunswick has a relatively high number of gasoline outlets relative to its population and consequently relative to the Canadian Average, has low average volume or throughput per station.
This exhibit illustrates the impact of the outlet density problem on the cost per litre to retail gasoline.
It understates the impact as only capital costs are considered and not other fixed costs such as insurance, taxes and electricity.

		Scenario		
		A	B	C
Capital Invested in Gasoline Retailing (1)		$100,000	$150,000	$200,000
Annual Capital Charge (2)		$24,000	$36,000	$48,000
Fixed Cost per Litre based on alternative annual throughput levels (litres)				
New Brunswick Ave. throughput	1,360,000	1.8¢	2.6¢	3.5¢
Canadian Ave. throughput	2,000,000	1.2¢	1.8¢	2.4¢
Difference versus New Brunswick (3)		***-0.6¢***	***-0.8¢***	***-1.1¢***
Ontario Ave. throughput	3,250,000	0.7¢	1.1¢	1.5¢
Difference versus New Brunswick (3)		***-1.1¢***	***-1.5¢***	***-2.0¢***

1 These investment levels represent alternative depreciated costs of the assets required to market gasoline and would typically include tanks, lights, signage, pumps, asphalt and land.

2 In calculating the annual capital charge, a five year payback and eight percent interest rate was assumed.

3 These values represent Saint John's average disadvantage in cost per litre versus jurisdictions with higher average throughput.

Source: KPMG

2. New Brunswick versus other regions

The provincial average price data in Exhibit 7 which allows comparisons between New Brunswick and other provinces showed New Brunswick prices to be well in excess of Nova Scotia and Ontario but comparable to Manitoba. Each of these markets requires separate review.

Nova Scotia has been a highly competitive market since 1993 when new retailers began to enter the market subsequent to deregulation. These market dynamics produced price levels not generally considered sustainable in the long run, considering the cost of crude and reasonable refining and marketing costs. Nonetheless, Nova Scotia is usually the most comparable market for New Brunswick, with similar average throughput, similar transportation costs and being supplied by the same refineries.

Ontario data must be viewed in the context of the very high average throughput per outlet characteristic of that market. Average throughput per outlet in Ontario is more than double that of New Brunswick. As Exhibit 18 indicates, this provides that market with perhaps a 2 cent per litre cost advantage. The throughput difference does not, however, explain all of the price gap between New Brunswick and Ontario.

Manitoba has slightly higher throughput per outlet than New Brunswick. New Brunswick, however, should have a transportation cost advantage due to the proximity of most areas in the province to the supplying refineries and marine terminals. Manitoba has no refinery and no marine terminals. Product must be trucked across the province from the pipeline located at the southern edge of the province. Use of Manitoba as a benchmark should also recognize that its Government has had periodic concerns about gasoline pricing.

Balancing the available data, the Committee concludes that for the 1991 to 1995 period, average prices in New Brunswick reflect an overall lack of competition. Nonetheless, the available data suggests that the problem has not been as great on a provincial average basis as in Saint John.

3. Within New Brunswick

The considerable variability in county to county average prices in the province as shown in Exhibit 17 are not a reflection of cost differences from region to region but market forces. The entry of more independents into the market as well as Ultramar's "Value Plus" campaign has made gas prices in some areas highly competitive and highly volatile as outlets attempt to build market share. In other areas, where there is less competition, prices have tended to be higher.

The breakdown of outlets by county provided as Exhibit 2 shows that the degree of competition varies substantially by county. Some counties have all the majors and a variety of independents. Other countries are dominated by one or two of the majors. With this range of competitive conditions, substantial variability in prices is to be expected and has been the result.

B. The Impact of the Fuel Tax Reduction

A 2 cent per litre reduction in gasoline tax was effected by New Brunswick in April of 1992. New Brunswick now has the second lowest level of tax in Canada behind only Alberta.

The Committee has undertaken a variety of analyses to assess whether the tax reduction was passed on to consumers. The Committee concludes that the impact was different depending whether the first year after the tax reduction is considered or whether a longer term perspective of two to three years after is taken. Reference to Exhibit 13 shows that no increase in refining and marketing costs and margins occurred in the year after the tax decrease. The exhibit actually indicates that in the twelve months from April 1992 to April 1993, refining and marketing costs and margins in Saint John decreased, suggesting that initially the tax decrease was passed on.

A longer term assessment of the period of two to four years after the tax decrease leads to a different conclusion. The analysis in the preceding section indicates that although gas prices have fallen in New Brunswick, they have not fallen as much as in other jurisdictions. The lower rate of gasoline tax in New Brunswick has not then produced correspondingly lower gas prices relative to other jurisdictions. The combined impact of the tax decrease and the lack of competition in New Brunswick was that the industry in New Brunswick was under less pressure than the industry across the rest of the country to rationalize and improve efficiency. It was only when new competition and price competition became active in early 1996 that the gap between Saint John prices and other centres decreased to more reasonable levels. The Committee is of the opinion that from 1993 to 1995 New Brunswick consumers did not receive the full benefit of the tax decrease.

C. The Size and Impact of the Independent Sector

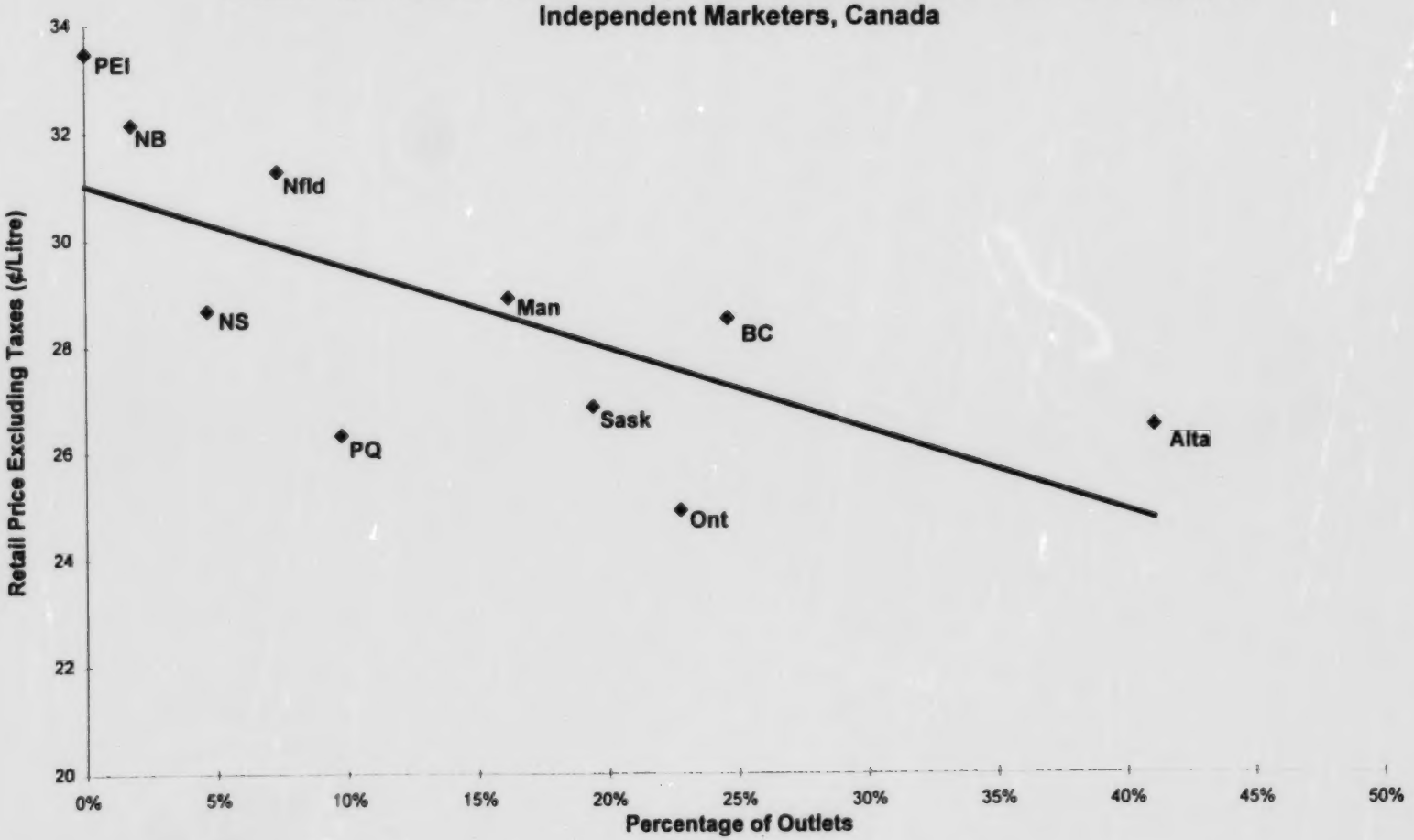
The Committee has obtained information from a variety of sources indicating that the competitive structure of the market affects prices. First, the Committee heard from presenters at the public hearings that prices are a result of market forces. The Committee interprets this to mean that where there is increased competition, prices are likely to be lower and where there is less competition, prices will be relatively high. A review of price and industry structure data appears to support this conclusion.

An analysis was undertaken, comparing the average price by province for the major centres surveyed by Natural Resources Canada (NR Can), to the percentage of independent outlets in the respective provinces as reported by Octane magazine. This scatter plot is provided in Exhibit 19. Exhibit 20 shows a plot of average price for the major centres against average throughput for each province. While these analyses are not sophisticated, they suggest that both the percentage of independents and average throughput have an impact on prices. The conclusion of the Committee is that the presence of independents does have a downward impact on prices.

In reaching this conclusion, the Committee also considered the apparent impact of independents in Nova Scotia and the county to county discrepancies in prices within New Brunswick. Exhibit 21 shows the trend in prices in Halifax since 1989. Prices have decreased coincident with the entry of new independent marketers since the industry was deregulated. Exhibits 2 and 17 show the structure of the New Brunswick industry as well as average price data. In general, the counties with the most independents have the lowest prices and the counties which have the highest degree of domination by a single firm have the highest prices.

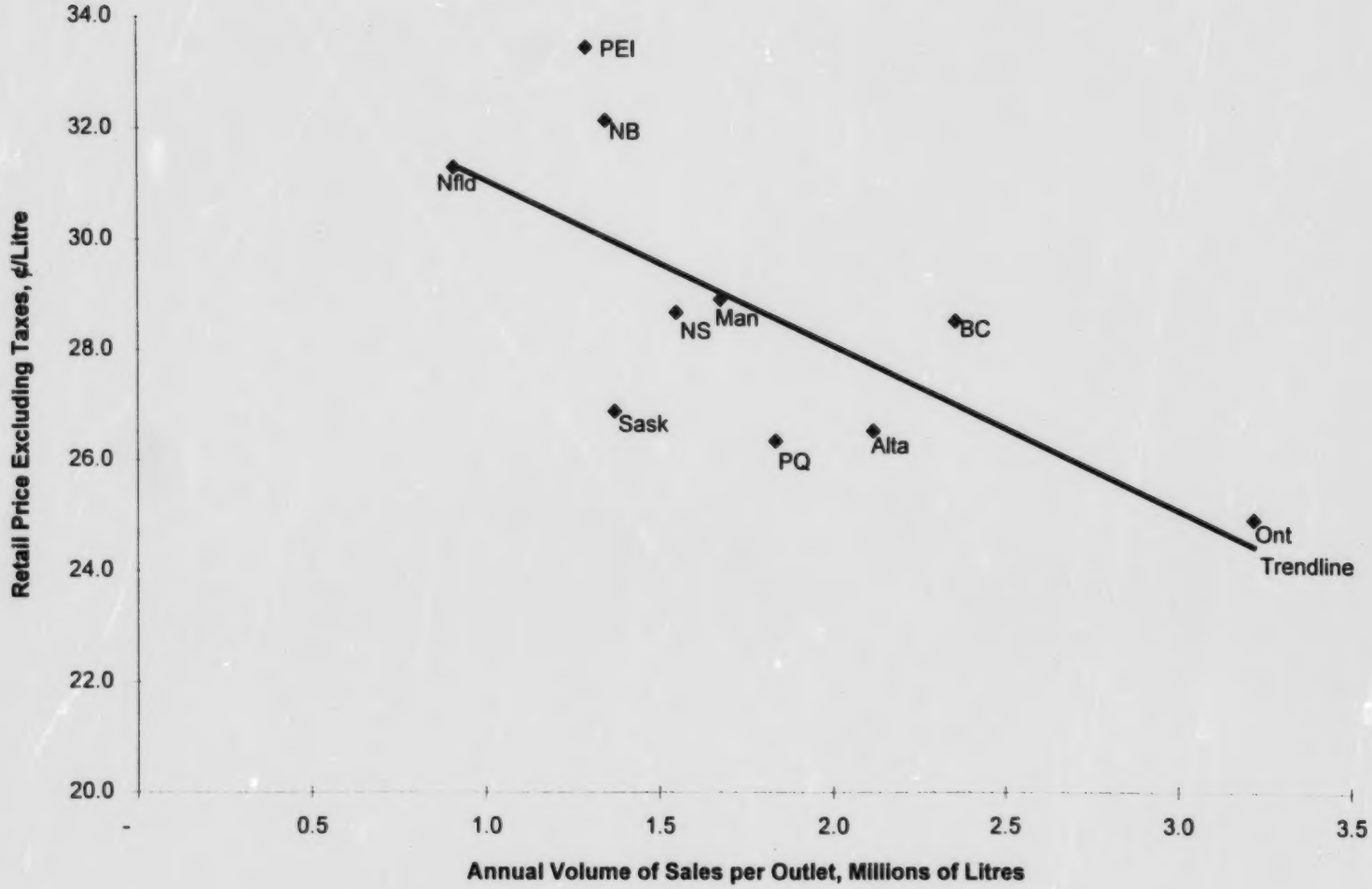
New Brunswick is a province with a very low percentage of independents overall. The Committee concludes that this has played a role in the degree of competition in the market and the price differences between New Brunswick and other jurisdictions noted above.

Exhibit 19. Retail Price Excluding Taxes vs Percentage of Outlets Controlled by Independent Marketers, Canada



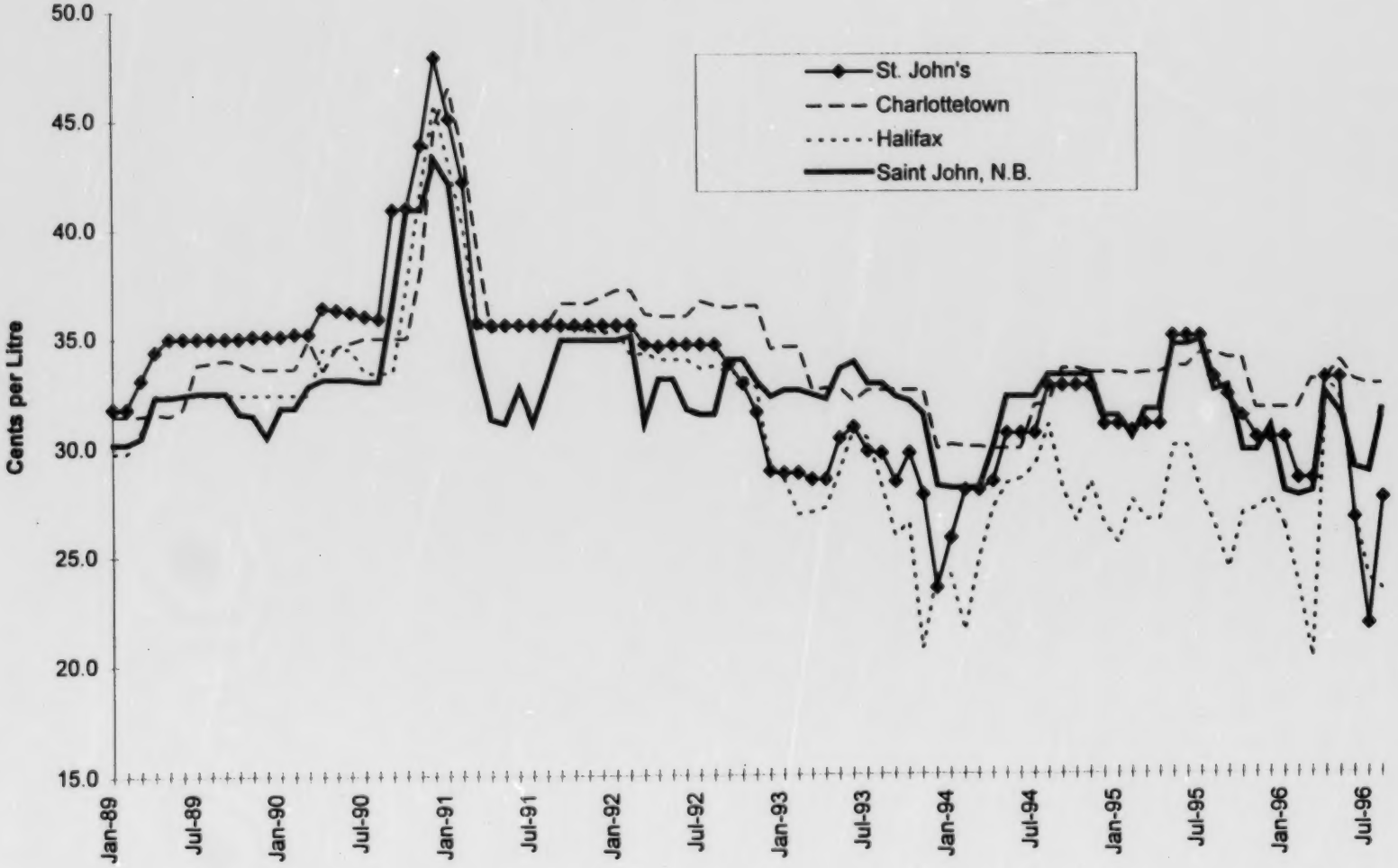
Retail prices are the 1992-96 average for the major city in each province.
Source: NRCan and Octane

Exhibit 20. Retail Price Excluding Taxes Vs. Annual Volume of Sales per Outlet



Source: NR Can, Octane and Statistics Canada, 57-003

Exhibit 21. Saint John Ave. Retail Price vs Ave. Retail Price Excluding All Taxes for Atlantic Canadian Cities, 1989 - 1996



Source: NRCan

FNLRPTE.XLS,Ex 21

D. The Risk of Price Discrimination Reducing Competition

New Brunswick must be concerned about the level of competition in its market. Two companies control over 60% of the retail outlets and perhaps a higher portion of the total volume at retail. There are few independents compared to most other provinces. The wholesale market is even more concentrated. There were unexplained price differences between Saint John and other major centres across the country from 1991 to 1995.

In this context, the public hearings provided a number of examples where specified retailers were charged more for gasoline than the retail price at outlets displaying the brand of their supplier. It is clear that price discrimination has occurred such that different outlets in the same market area are paying substantially different wholesale prices from the same supplier.

The type of price discrimination that has occurred, could force both branded and unbranded independents out of the market or at least out of the price setting process. Accordingly, it is the view of the Committee, that such practices do present a threat to the overall degree of competition in the Province. Predatory pricing is a matter that falls under the jurisdiction of the Federal Government. However, it appears that under the *Competition Act,* the burden of proof required to prove predatory pricing, makes it unlikely that independent gasoline retailers are provided with effective protection.

E. Summary of Conclusions

In consideration of the above, the conclusions of the Committee are that:

- Cost differences do not fully explain the higher prices paid by New Brunswick gasoline consumers relative to consumers in other provinces for much of the past six years. Cost differences also do not fully explain county to county price differences within New Brunswick.

- The New Brunswick market has not been adequately competitive for much of the past six years although in 1996 it was highly competitive in some regions.

- New Brunswick consumers initially received full benefit of the 1992 provincial tax reduction. It is not clear that the benefit has been fully realized for the past few years.

- There is a risk that the few independents that do exist could be forced out of the market by discriminatory pricing activity on behalf of refiner marketers.

- An environment that encourages the presence of independents and competition at both the wholesale and retail level would be desirable for consumers.

VII Recommendations

The Committee's objective is to identify the type of environment that will enable the Province's gasoline market to work to the benefit of consumers. The Committee has developed its recommendations mindful of the complexity of the gasoline business and that some gasoline regulatory strategies, particularly those involving the control of prices or margins, may work against the consumer interest.

1. The oil industry is undergoing a rationalization process nation-wide. The Maritime region has lost one of three refineries and hundreds of retail outlets since 1990. The Committee shares the concern voiced by some presenters that a continuation of the type of price war activity witnessed in 1996, could reduce the number of players at the retail level to a point where competition will not be sufficiently vigorous to protect the consumer interest. New Brunswick already has a relatively low proportion of independents. In this context, the Committee believes it is important for the Government to track the structure of the industry within New Brunswick, including market shares, wholesale and retail prices and the number of competitors in each market area. The Committee recommends that the Government undertake a thorough review of its motor fuel industry and gas tax policy monitoring systems. The current monitoring program which principally entails monthly price surveys in each major market must be expanded. With appropriate, timely and accurate data, the Government can be more proactive in protecting the consumer interest and resolving problems with the industry.

   The Committee recommends that Government continue with the existing price survey program and implement:

   - A retail level reporting system providing by outlet perhaps quarterly, information such as volume, number of pump nozzles, brand, and ownership arrangement.
   - A wholesale level reporting system for information such as volumes and prices.
   - A regular public reporting process comparing prices in New Brunswick to other suitable benchmarks such as the cost of crude, the New York Harbour price of gasoline, or prices in other jurisdictions.

2. The Committee considers the maintenance of competition at all levels of the industry to be the key to protecting consumers. The maintenance of fair competition and efficient markets is a Federal Government responsibility. Since 1935, the Federal *Competition Act* has had specific provisions making price discrimination and predatory pricing for the purpose of substantially lessening competition or eliminating a competitor, offences under the Act. It is clear, however, that few prosecutions have proceeded under the Act. Representatives of the Competition Bureau reported that there are "one or two cases in both instances that have gone through the courts". One reason for the limited effectiveness of the Act appears to be the strict burden of proof required to establish that an offence has occurred. It is very difficult to establish *beyond a reasonable doubt* that price discrimination or predatory pricing occurred and substantially lessened competition.

The Committee recommends that the Government urge the Federal Government to undertake a fundamental review and assessment of the *Competition Act* to determine whether its criminal law model (i.e. providing for fine and/or imprisonment, with the accompanying burden of proof *beyond a reasonable doubt*) effectively serves the public policy goal of preventing discriminatory or predatory pricing to substantially lessen competition. The alternative model of a legislative framework to consider would be based on providing civil remedies to consumers and victims of discriminatory or predatory pricing. We believe that such a system could afford more protection to consumers.

3. It may take time to achieve the amendments to the Federal *Competition Act* referenced in Recommendation 2. In the interim, there are means within the jurisdiction of the Government to address the risks that predatory pricing or price discrimination could lessen competition to the detriment of consumers. To this end, the Committee recommends that the Government implement provisions that would limit the opportunity for predatory pricing, limit the damage that could be inflicted by discriminatory pricing practices, and restrain the ability of refiner marketers to create arbitrary price zones. Specific provisions the Committee believes might achieve these ends are:

- prohibiting wholesalers or refiner marketers from charging wholesale prices higher than the retail price at their customer stations in the same area; and,

- requiring public posting of wholesale price schedules, excluding transportation costs for branded and unbranded customers, and according to purchase volumes and terms at all wholesale racks in the Province.

4. Quebec is in the process of implementing a regulatory regime involving the establishment of minimum margins, aimed at protecting its independent retail sector. The Committee has reviewed numerous reports and analysis on the impacts of regulated prices and below cost selling laws which effectively regulate a minimum retail margin. It is very difficult to establish a regulated margin that will not create some market inefficiency or subsidy for less efficient operators. The Committee concludes that regulating prices or minimum margins creates a risk of causing higher prices to the detriment of consumers. The Committee recommends that the Government closely monitor the mechanics and effectiveness of the Quebec program.

Appendices

APPENDIX A

Resolution To Establish Select Committee On Gasoline Pricing, Notice of Motion 42, Carried April 19, 1996

WHEREAS there is a general dissatisfaction with the level of gasoline pricing in New Brunswick compared with neighbouring jurisdictions;

BE IT THEREFORE RESOLVED that this House appoint a Select Committee on Gasoline Pricing to examine, inquire into and make recommendations to the House with respect to gasoline pricing in New Brunswick and, in particular, without limiting the generality of the foregoing to:

1. carry out an in-depth pricing review of all price components, price and taxation levels relative to other jurisdictions, profit margins and distribution efficiencies;

2. examine all price components including costs related to crude oil, refining, transportation, taxation levels, marketing, retail and wholesale margins and promotions;

3. examine the gasoline pricing structure within the province and its relationship to reasonable profits, pricing differences between the province and surrounding jurisdictions and the extent of and reasons for price differentials within the province;

4. invite the participation of and public discussion with the Committee of representatives of the petroleum companies (downstream industry) as well as the Petroleum Retailers Association and any other stakeholders; and

5. make an interim report to the government of New Brunswick, through the Clerk's Office, and a further full report to the next sitting of the Legislative Assembly.

In addition to the powers traditionally conferred upon the said Committee by the Standing Rules, the Committee should have the following additional powers;

a) to sit during any sittings of the House and during the recess after prorogation until the next following Session;

b) to adjourn from place to place as may be convenient;

c) to retain such personnel as required to assist the Committee; and

d) to release any reports during a period when the Legislative Assembly is adjourned or prorogued by depositing a copy with the Clerk of the Assembly, and upon the resumption of the sittings of the House, the Chairman of the Committee shall present all reports to the Legislative Assembly.

APPENDIX B

List of presenters

Canaan Station Variety - Carol A. Syer

Canadian Federation of Independent Business

Canadian Petroleum Products Institute (CPPI)

Co-op Atlantic

Department of Finance

Department of Natural Resources and Energy

Greg's Fuels Ltd.

Hillside Variety - Eugene Harris

Imperial Oil Limited

Independent Retail Gasoline Marketers Association of Canada

Industry Canada - Competition Bureau

Irving Oil Limited

The Island Regulatory and Appeals Commission

Natural Resources Canada - Oil Division

New Brunswick Retail Gasoline Dealers Association

Robert Robertson, Director (retired) - Nova Scotia Public Utilities Commission

Petro-Canada Products

Shell Canada Products Limited

Ultramar Canada Inc.

Wilson Fuel Co. Limited

Briefs submitted

Mollins Gas-n-Variety - Dwight Mollins

Mrs. James A. Ford - "Coppastona" Tree Farm

APPENDIX C

Individuals and organizations providing response to Interim Report

Co-op Atlantic

Imperial Oil Limited

Independent Retail Gasoline Marketers Association of Canada (IRGMA)

Irving Oil Limited/Law and Economics Group

Natural Resources Canada (NRCan)

Paul, Kenneth

Ultramar Canada Inc.

Wilson's Fuels

Appendix D
Supplementary Research, Data And Analysis

Table of Contents

D1 NB Ave. Retail Price vs Maine - NB Border Ave. Retail Price Including All Taxes ($Cdn), 1989 - 1996

D2 Saint John Ave. Retail Price Including All Taxes vs Price of Crude Oil, 1989 - 1996

D3 Saint John Ave. Retail Price vs. Canada Ave. Retail Price Including All Taxes, 1989 - 1996

D4 Saint John Ave. Retail Price vs. Ave. Retail Price Including All Taxes for Atlantic Cities, 1989 - 1996

D5 Saint John Ave. Retail Price vs. Retail Price for Central Canadian Cities Including All Taxes, 1989 - 1996

D6 Saint John Ave. Retail Price vs. Ave Retail Price for Western Canadian Cities Including All Taxes, 1989 - 1996

D7 NB Ave. Retail Price vs Maine - NB Border Ave. Retail Price Excluding All Taxes ($Cdn), 1989 - 1996

D8 Saint John Ave. Retail Price vs. Canada Ave. Retail Price Excluding All Taxes, July 1991 - August 1996

D9 Saint John Ave. Retail Price vs. Ave. Retail Price Excluding All Taxes for Central Canadian Cities, 1989 - 1996

D10 Saint John Ave. Retail Price vs. Ave Retail Price Excluding All Taxes for Western Canadian Cities, 1989 - 1996

D11 NB Ave. Retail Price Excluding All Taxes Net of Crude Cost, 1989 - 1996

D12 Canada vs US Average Retail Price and Maine - NB Border Price, Excluding Taxes, 1989 - 1996

D13 Total Federal and Provincial Taxes by Province, 1989 - 1996

D14 Federal, Provincial and State Taxes in New Brunswick and Maine, 1989 - 1996

D15 Saint John, NB Ave Retail Margin vs Ave Retail Margins in Central Canadian Cities, 1989 - 1996

D16 Saint John, NB Ave Retail Margin vs Ave Retail Margins in Western Canadian Cities, 1989 - 1996

D17 Rates of Return to Capital Employed

D18 Oil Products Industry; Revenues, Expenses and Profits

D19 Transportation Cost Analysis

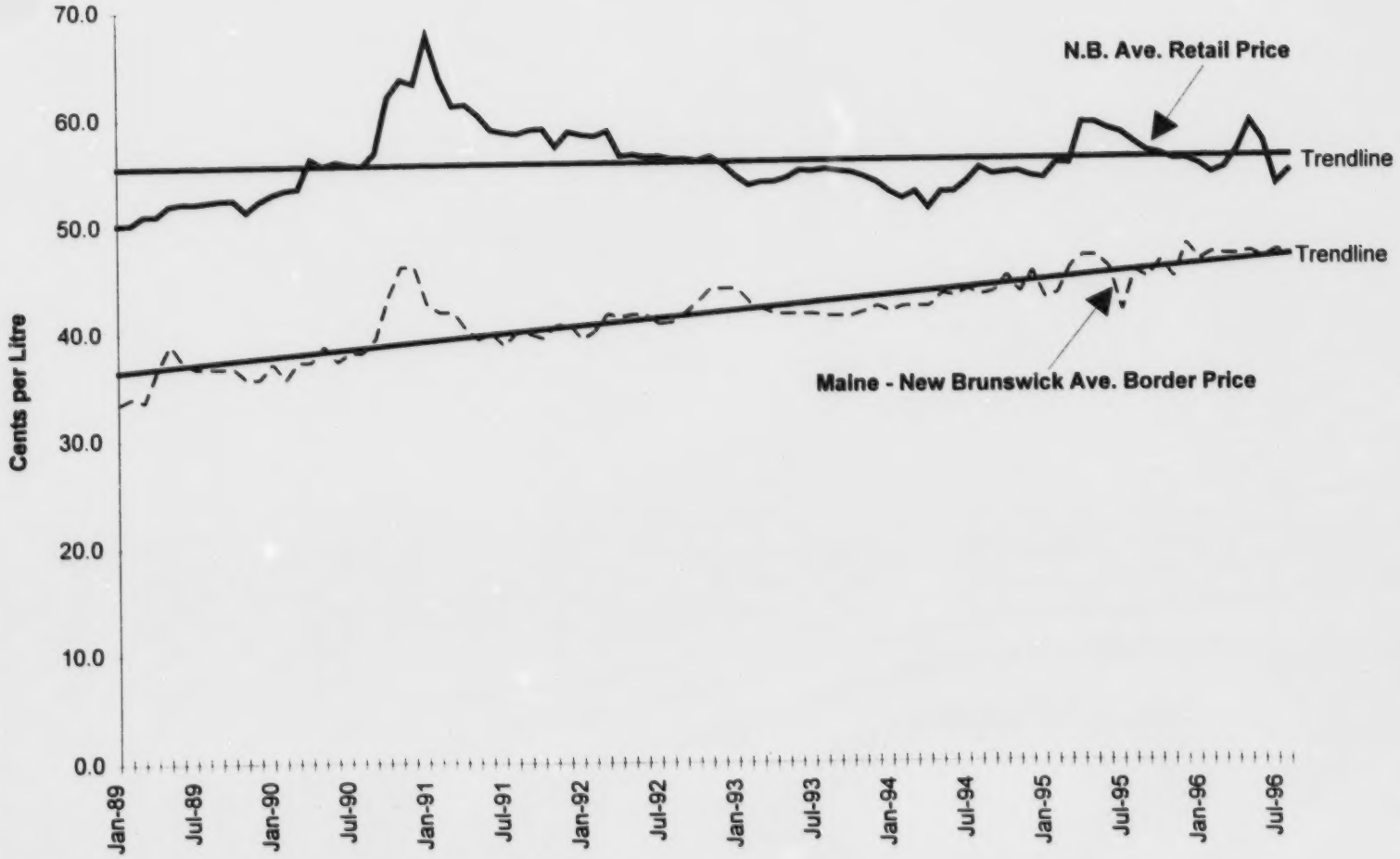
D20 Overview of Regulatory Activity Across Canada

D21 Selected US States with Below Cost Selling Laws

D22 Selected US States with Partial Divorcement Laws

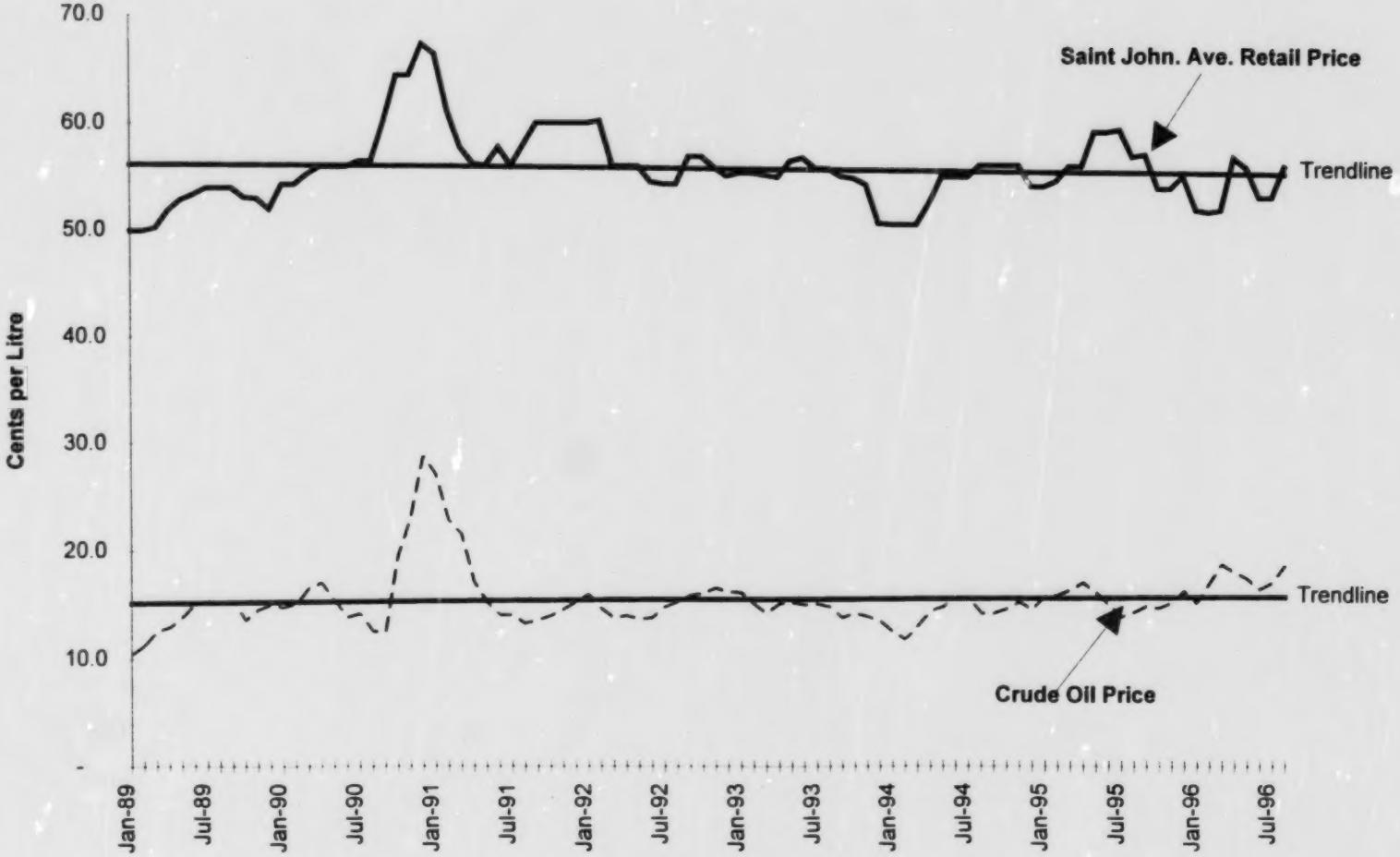
D23 Comparison of Retail Prices in States with Below Cost Selling Laws and the US Average

Exhibit D1. New Brunswick Ave. Retail Price Including All Taxes vs Maine-New Brunswick Border Ave. Retail Price 1989 - 1996, ($Cdn.)



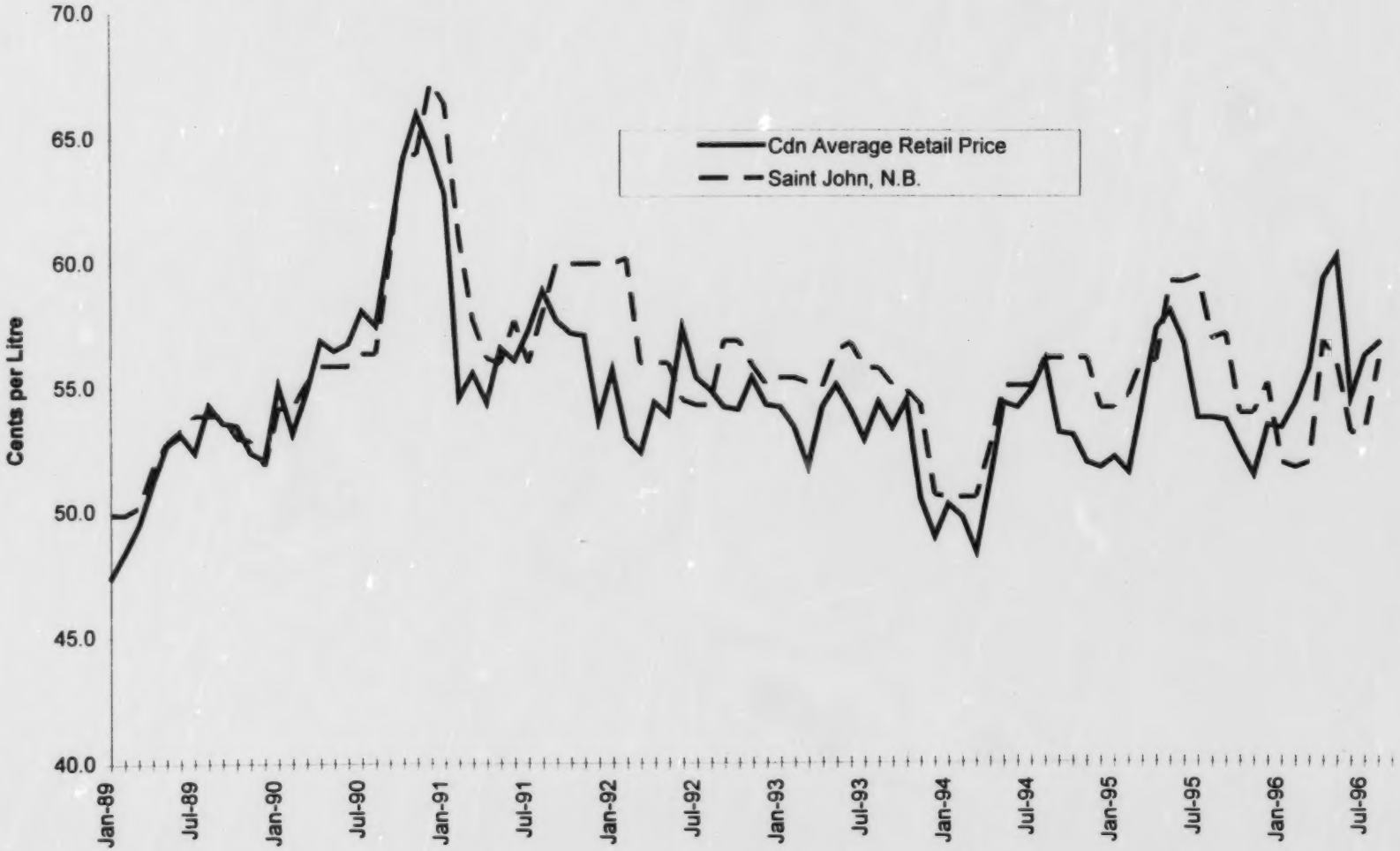
N.B. ave. price is for the eleven largest municipalities in the province.
Me - N.B. border price is the average for Madawaska, Houlton and Calais.
Source: DNRE Surveys, NRCan

Exhibit D2. Saint John Ave. Retail Price Including All Taxes vs Price of Crude Oil
1989 - 1996



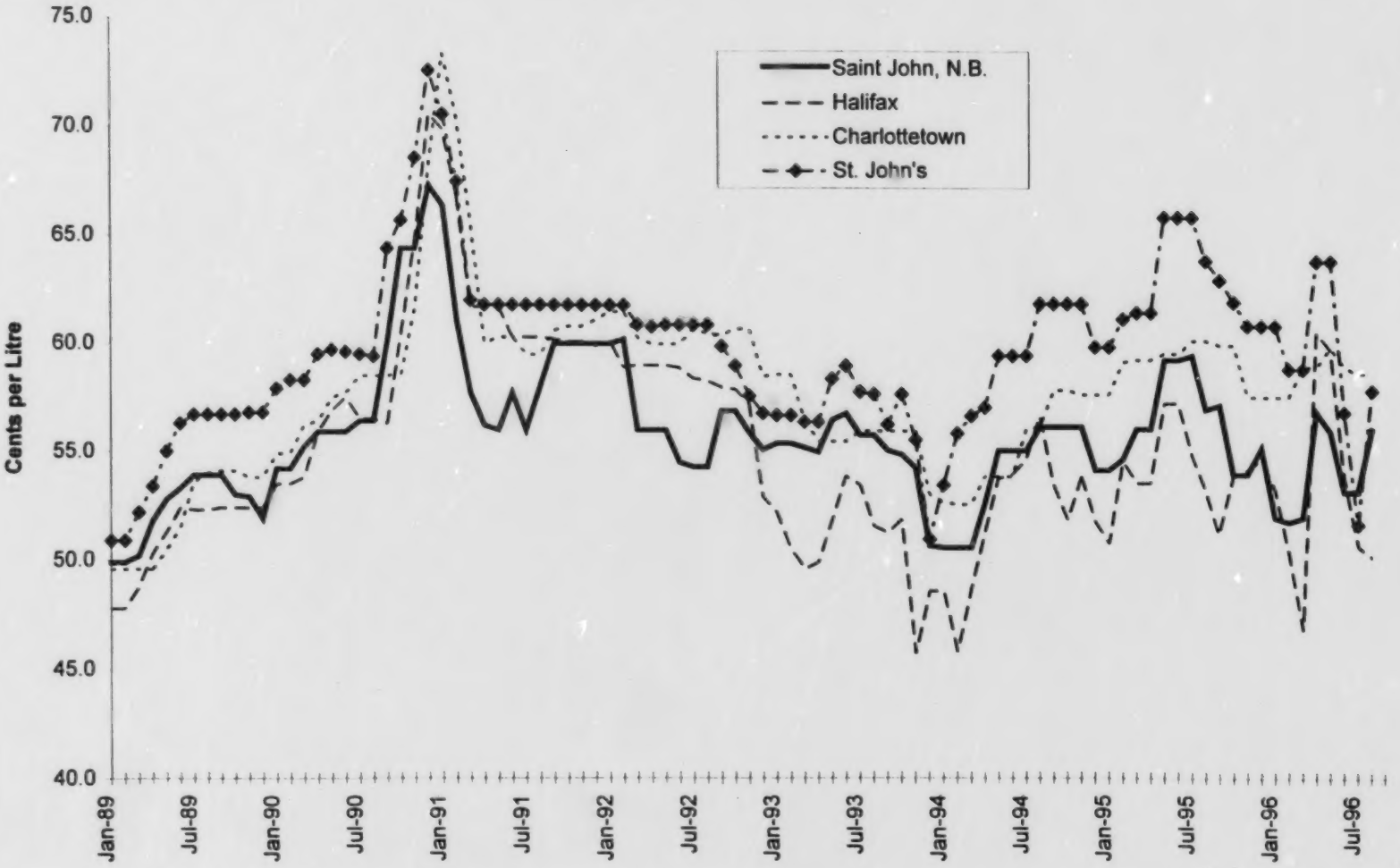
Source: DNRE Surveys, NRCan

Exhibit D3. Saint John Ave. Retail Price vs. Canada Ave. Retail Price Including All Taxes, 1989 - 1996



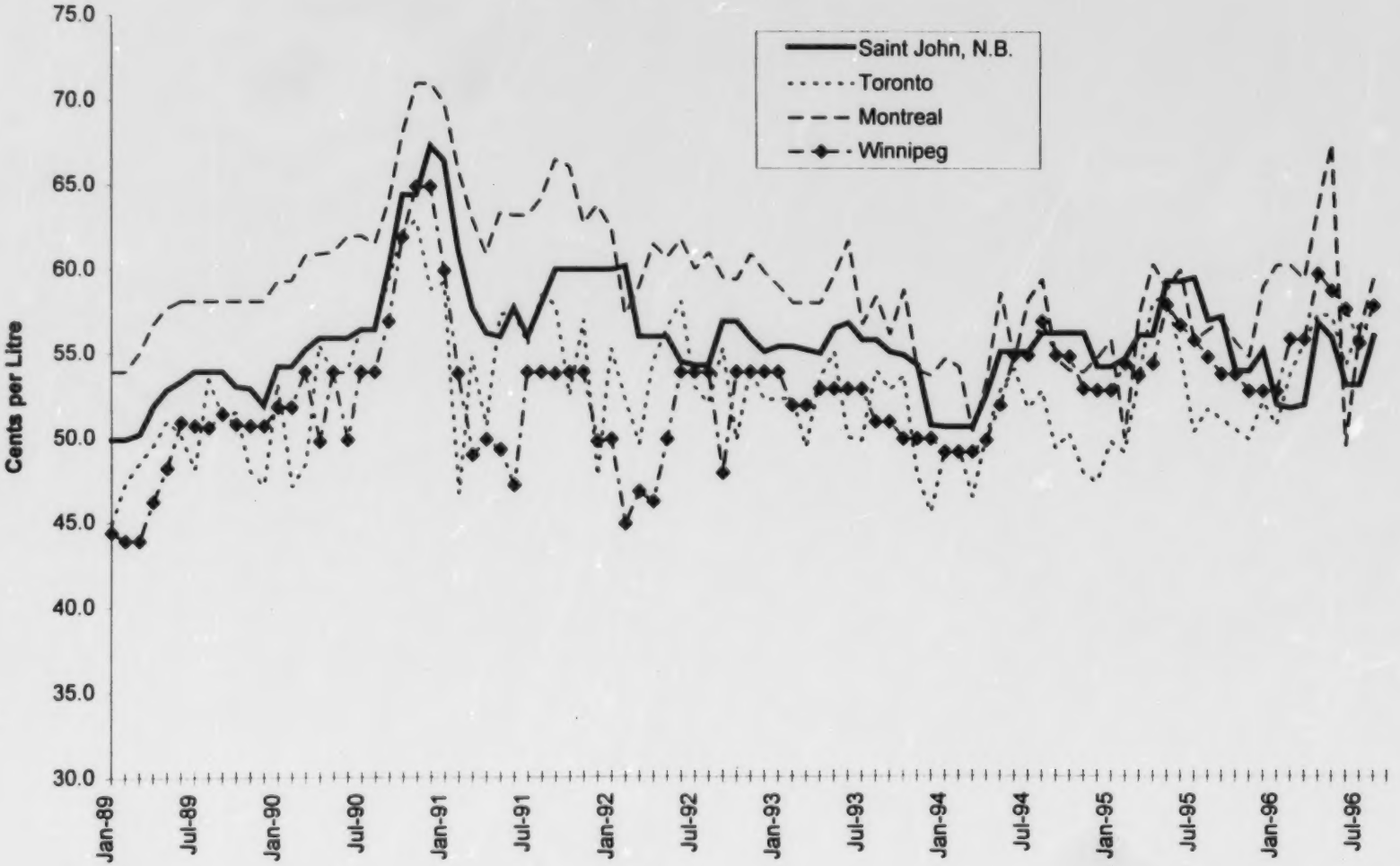
Canadian average is for 10 major cities.
Source: NRCan

Exhibit D4. Saint John Ave. Retail Price vs Ave. Retail Price Including All Taxes for Atlantic Cities, 1989 - 1996



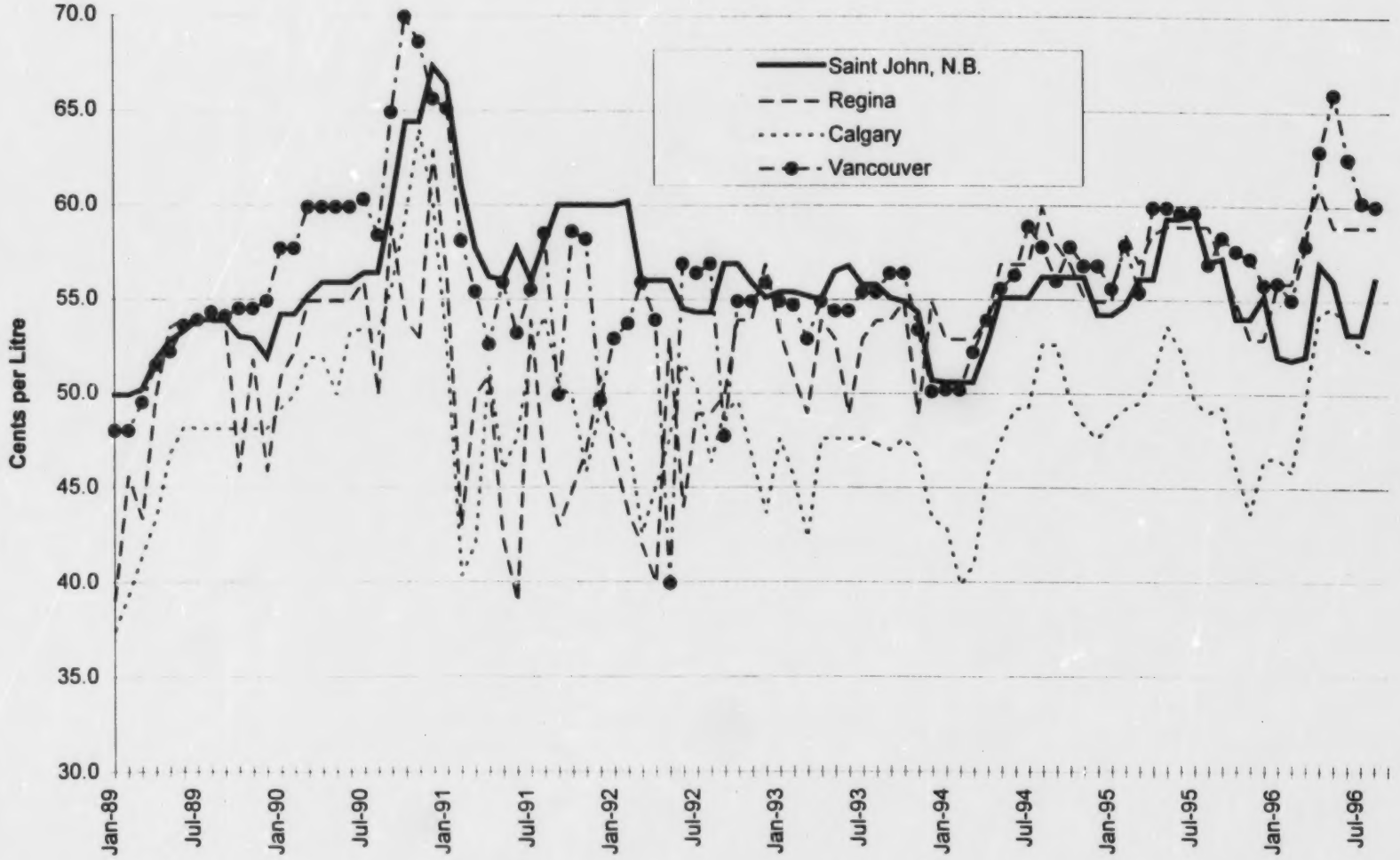
Source: NR Can

Exhibit D5. Saint John Ave. Retail Price vs Ave. Retail Price for Central Canadian Cities Including All Taxes, 1989 - 1996



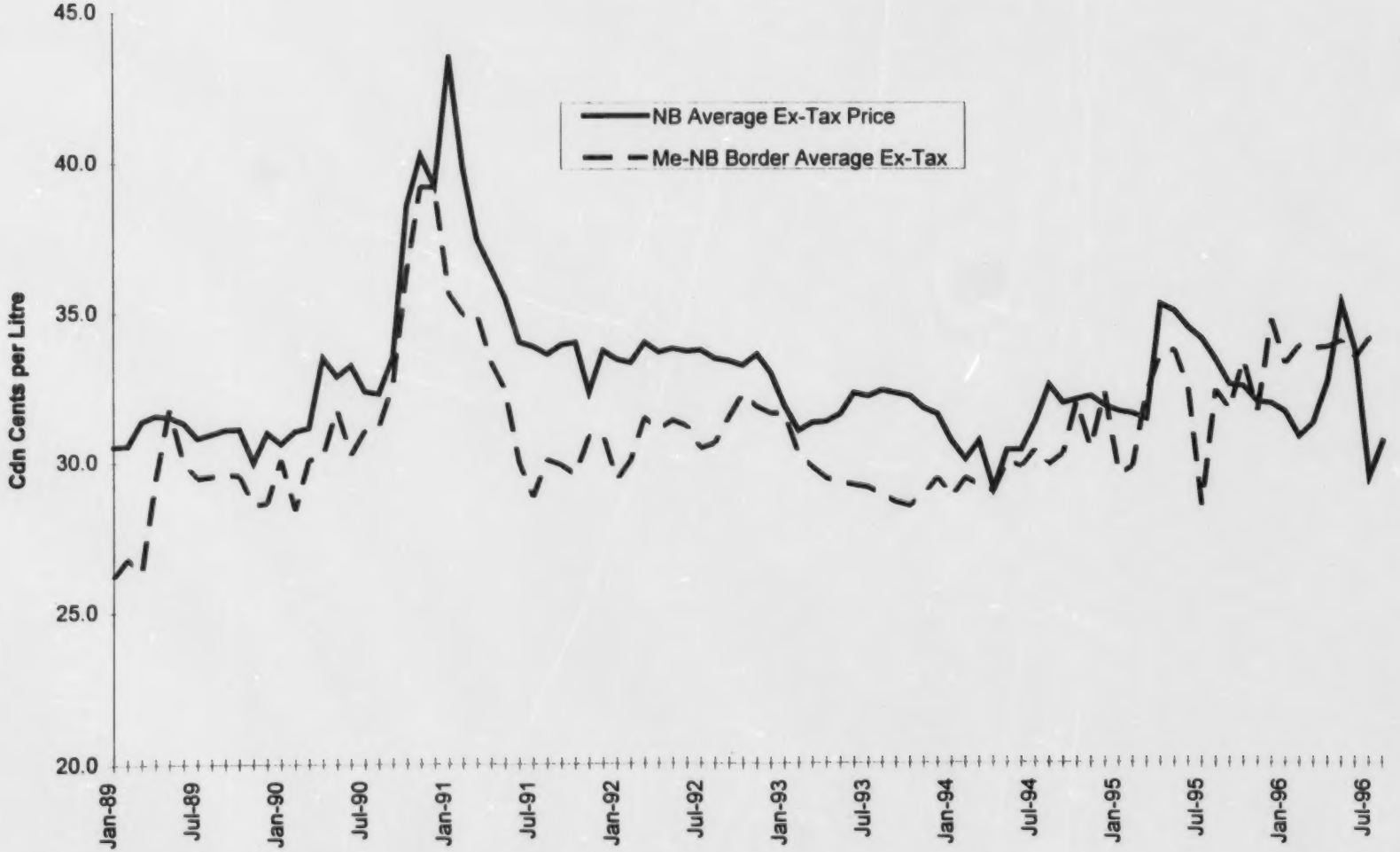
Source: NRCan

Exhibit D6. Saint John Ave. Retail Price vs Ave. Retail Price for Western Canadian Cities Including All Taxes, 1989 - 1996



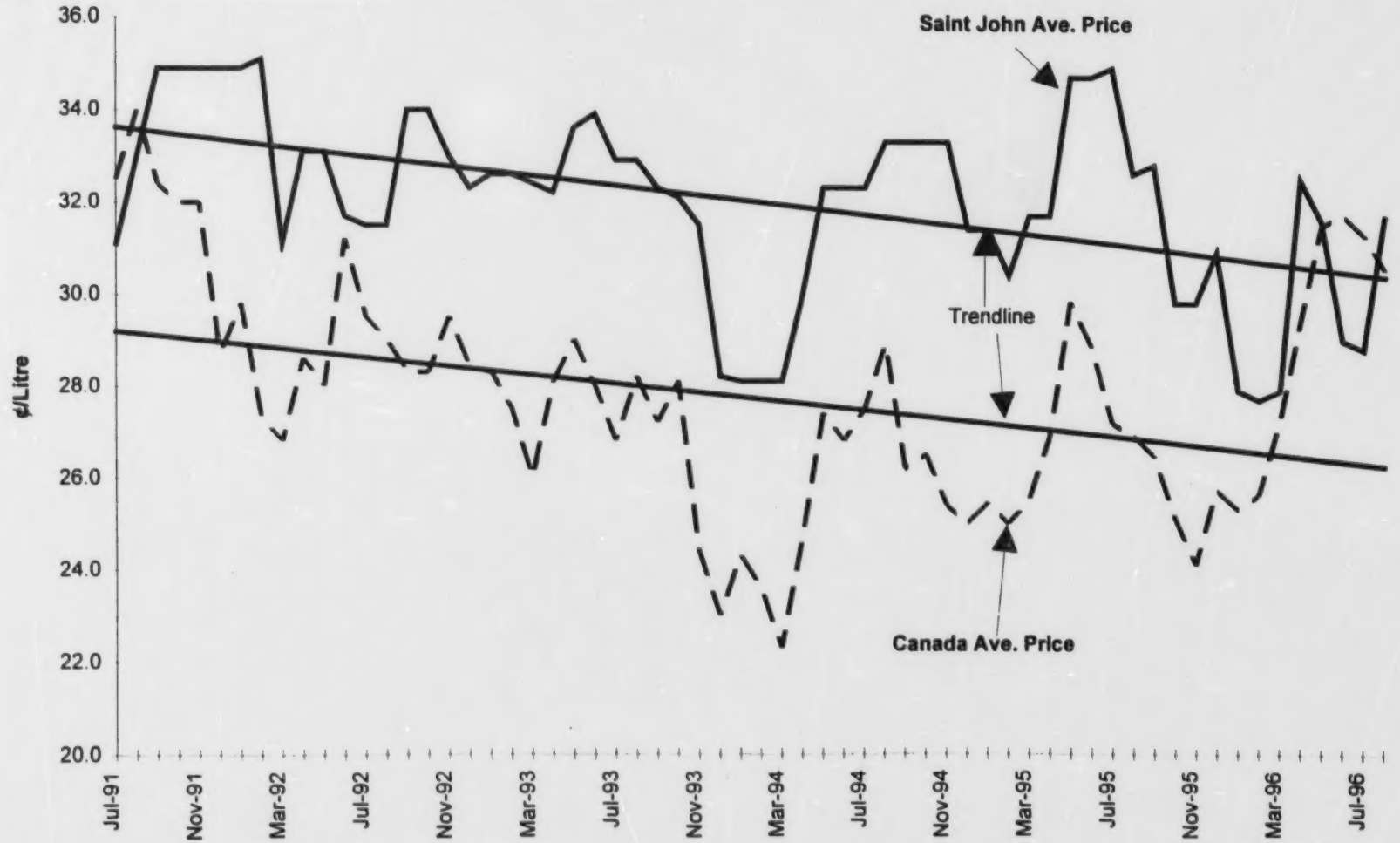
Source: NR Can

Exhibit D7. NB Ave. Retail Price vs Maine - NB Border Ave. Retail Price Excluding All Taxes, 1989 - 1996



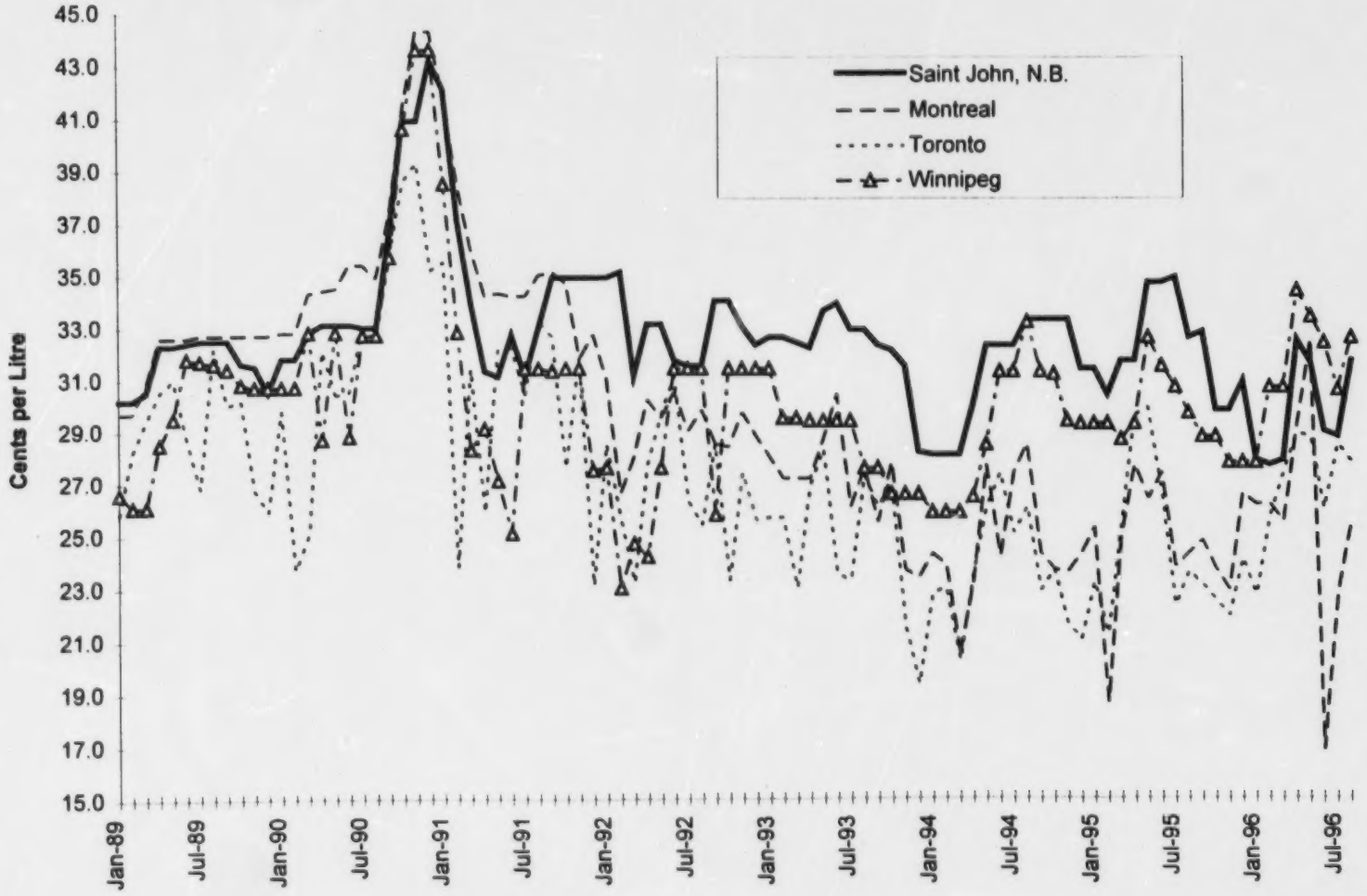
NB Ave. price is for the eleven largest municipalities.
Me-NB Border Price is the average of Madawaska, Houlton and Calais.
Source: DNRE Surveys

Exhibit D8. Saint John Ave. Retail Price vs Canadian Ave. Excluding All Taxes, July 1991 - August 1996



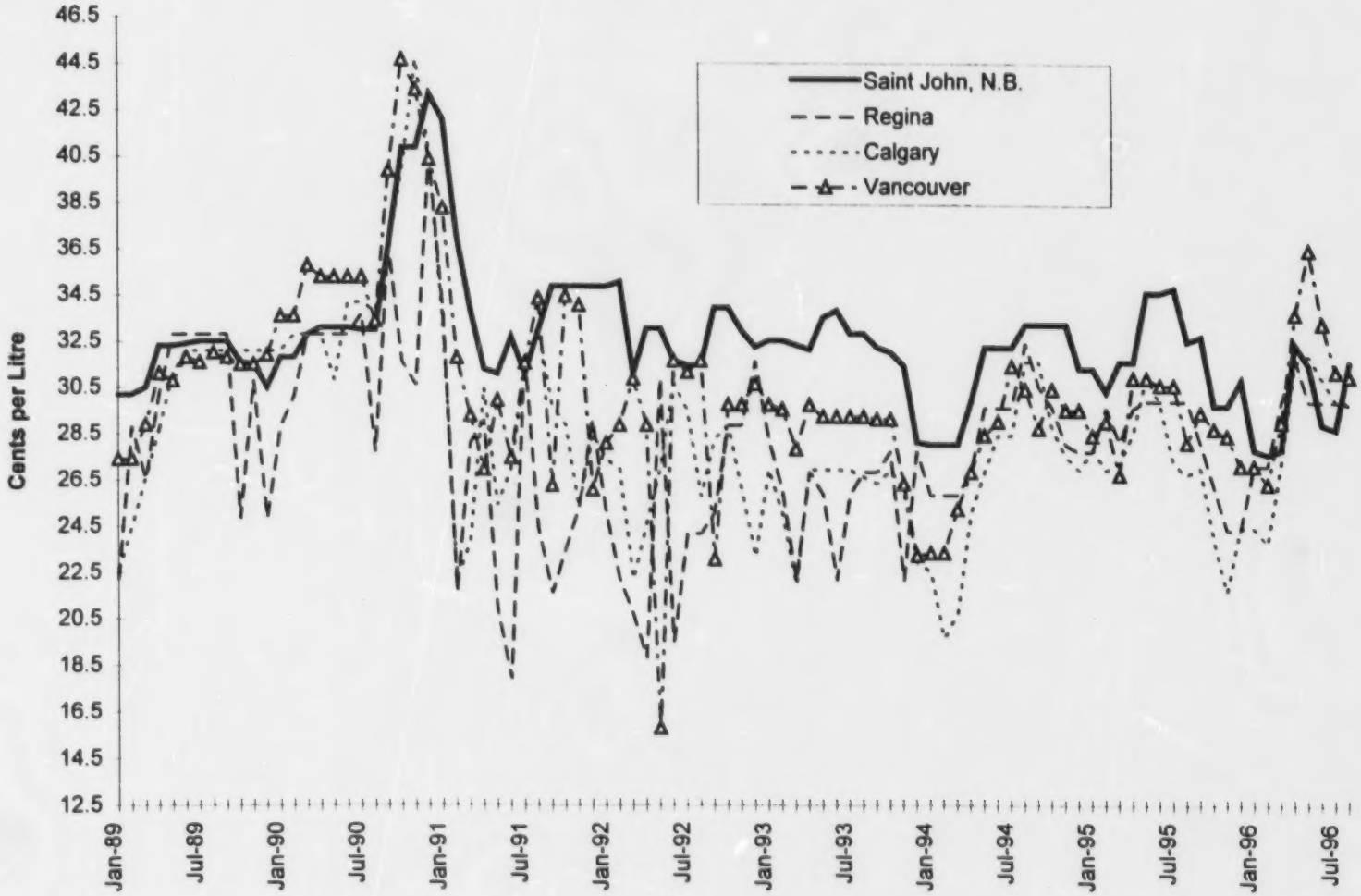
Canadian average is for 10 major cities.
Source: NR Can

Exhibit D9. Saint John Ave. Retail Price vs The Ave. Retail Price Excluding All Taxes for Central Canadian Cities, 1989 - 1996



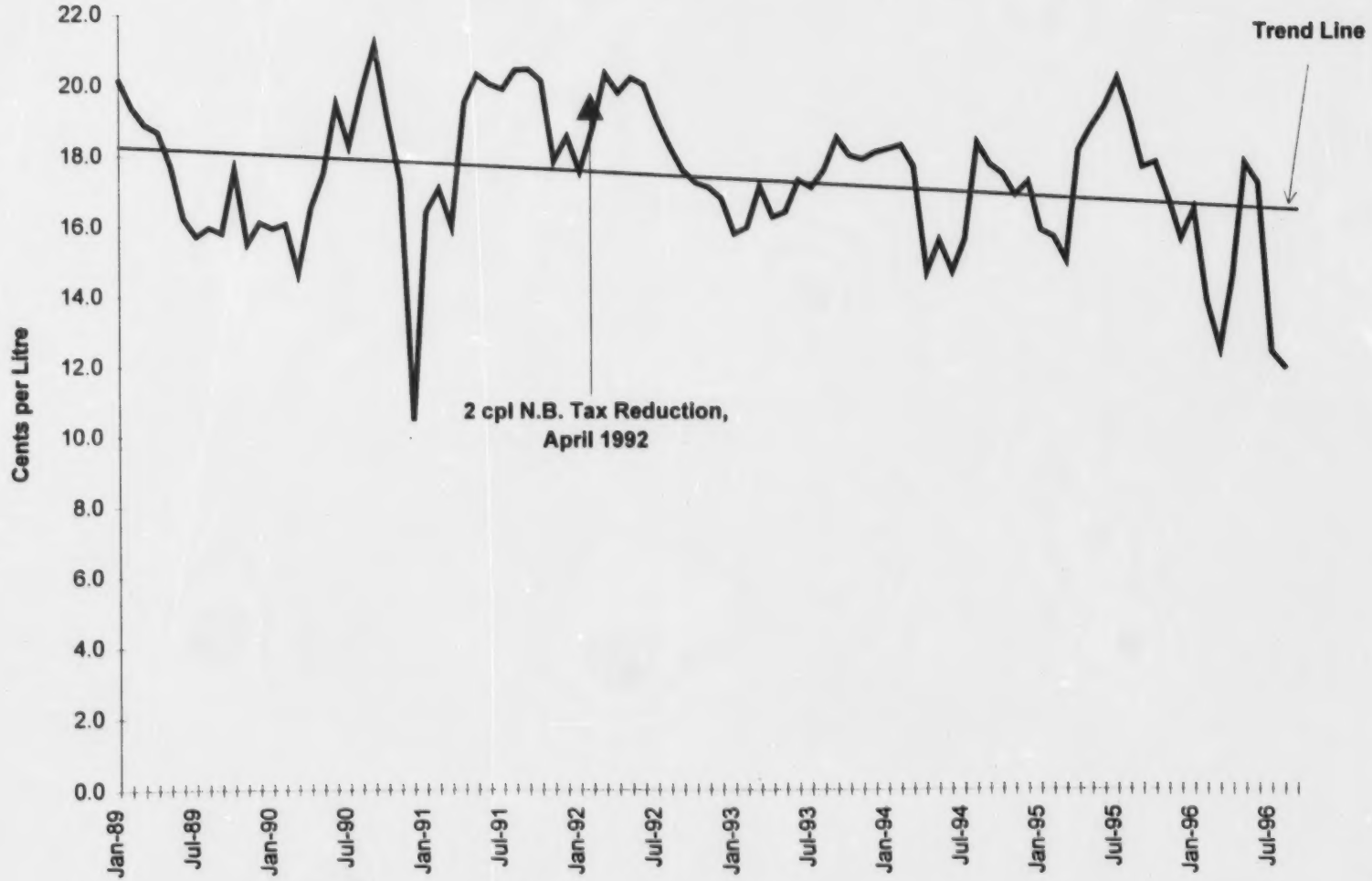
Source: NRCan

Exhibit D10. Saint John Ave. Retail Price vs The Average Retail Price Excluding All Taxes in Western Canadian Cities, 1989 - 1996



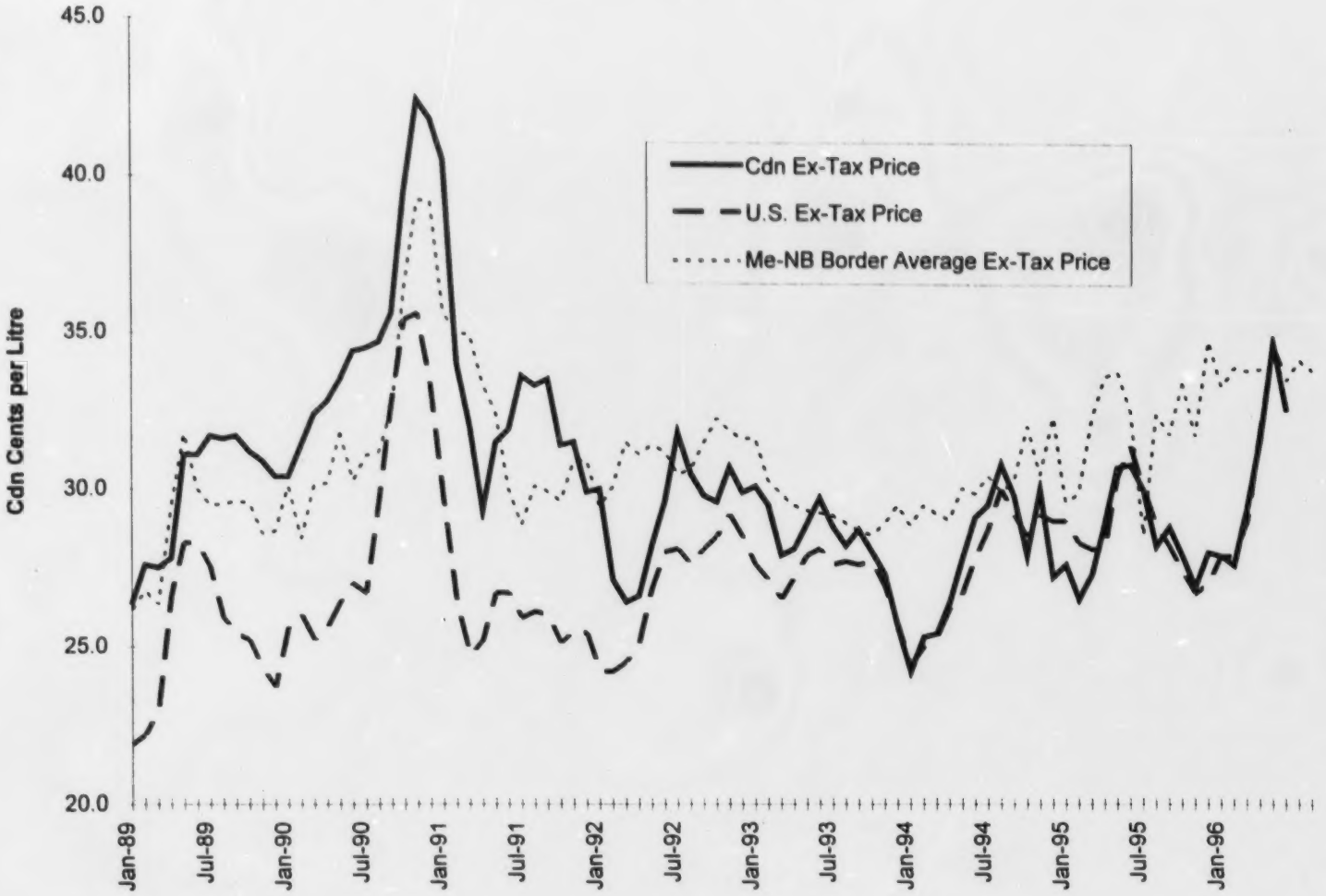
Source: NRCan

Exhibit D11. NB Ave. Retail Price Excluding All Taxes Net of Crude Cost, 1989 - 1996



Source: DNRE Surveys, NRCan

Exhibit D12. Canada vs U.S. Average Retail Price and Maine - NB Border Price, Excluding Taxes, 1989 - 1996



Source: NRCan, DNRE Surveys

Exhibit D13. Total Federal and Provincial Taxes by Province, 1989 - 1995
Cents per Litre

	St. John's	Char'ltn	Halifax	Saint John, N.B.	Montreal	Toronto	Winnipeg	Regina	Calgary	Vanc.	Cdn Avg
Jan-89	19.1	18.1	18.0	19.7	24.2	19.1	17.8	16.8	14.8	20.6	19.6
Feb-89	19.1	18.1	18.0	19.7	24.2	19.1	17.8	16.8	14.8	20.6	19.6
Mar-89	19.1	18.1	18.0	19.7	24.2	19.1	17.8	16.8	14.8	20.6	19.8
Apr-89	19.0	18.0	17.9	19.5	24.1	19.0	17.7	19.7	14.7	20.4	19.6
May-89	20.0	19.0	18.9	20.5	25.1	20.0	18.7	20.7	15.7	21.4	21.1
Jun-89	21.3	19.7	20.0	20.9	25.5	21.4	19.1	21.1	16.1	21.8	21.5
Jul-89	21.7	19.8	19.9	21.4	25.4	21.3	19.0	21.0	16.0	22.3	21.5
Aug-89	21.7	20.1	19.9	21.4	25.4	21.3	19.0	21.0	16.0	22.3	21.5
Sep-89	21.7	20.1	20.0	21.4	25.4	21.3	20.0	21.0	16.0	22.3	21.5
Oct-89	21.7	20.2	20.0	21.4	25.4	21.3	20.0	21.0	16.0	23.0	21.6
Nov-89	21.7	20.2	20.0	21.4	25.4	21.3	20.0	21.0	16.0	23.0	21.6
Dec-89	21.7	20.2	20.0	21.4	25.4	21.3	20.0	21.0	16.0	23.0	21.6
Jan-90	22.8	21.3	21.1	22.4	26.5	23.4	21.1	22.1	17.1	24.1	23.1
Feb-90	23.1	21.3	21.1	22.4	26.5	23.4	21.1	22.1	17.1	24.1	23.1
Mar-90	23.1	21.3	21.4	22.4	26.5	23.4	21.1	22.1	19.1	24.1	23.4
Apr-90	23.1	22.9	21.4	22.8	26.5	23.4	21.1	22.1	19.1	24.6	23.4
May-90	23.4	22.9	22.4	22.8	26.5	23.4	21.1	22.1	19.1	24.6	23.5
Jun-90	23.4	22.9	23.0	22.8	26.5	23.4	21.1	22.1	19.1	24.6	23.5
Jul-90	23.5	23.5	23.1	23.4	26.6	23.5	21.2	22.2	19.2	25.0	23.5
Aug-90	23.5	23.5	23.1	23.4	26.6	23.5	21.2	22.2	19.2	25.0	23.5
Sep-90	23.5	23.5	22.9	23.4	26.6	23.5	21.2	22.2	19.2	25.0	23.5
Oct-90	24.7	23.6	23.0	23.5	26.7	23.6	21.3	22.3	19.3	25.2	23.6
Nov-90	24.7	23.6	23.0	23.5	26.7	23.6	21.3	22.3	19.3	25.2	23.6
Dec-90	24.7	23.6	24.8	24.1	26.7	23.6	21.3	22.3	19.3	25.2	23.7
Jan-91	25.5	26.9	26.9	24.3	27.9	23.7	21.4	22.2	18.9	26.8	24.2
Feb-91	25.3	26.7	26.7	24.0	27.4	22.9	21.0	21.3	18.1	26.3	23.5
Mar-91	26.3	26.4	26.2	23.8	27.0	23.4	20.7	21.8	18.2	26.1	23.6
Apr-91	26.2	24.7	26.2	24.9	26.7	24.8	20.8	21.8	20.9	25.6	24.4
May-91	26.2	24.7	26.2	24.9	29.0	25.2	22.2	21.3	20.5	25.9	25.1
Jun-91	26.2	24.7	24.8	25.0	29.0	25.3	22.1	21.0	20.6	25.7	25.0
Jul-91	26.2	23.9	24.8	24.9	29.0	25.1	22.5	22.0	20.9	23.9	24.8
Aug-91	26.2	23.9	24.8	25.0	29.2	25.3	22.5	21.5	21.0	24.1	24.9
Sep-91	26.2	24.0	24.7	25.1	31.4	25.3	22.5	21.3	20.8	23.6	25.3
Oct-91	26.2	24.2	24.7	25.1	31.4	24.9	22.5	21.4	20.8	24.1	25.2
Nov-91	26.2	24.2	24.7	25.1	30.9	25.2	22.5	21.6	20.5	24.1	25.1
Dec-91	26.2	24.2	24.7	25.1	31.1	24.6	22.3	21.8	20.7	23.5	25.0
Jan-92	26.2	24.3	24.7	25.1	31.4	26.8	22.3	21.5	20.6	24.8	25.9
Feb-92	26.2	24.3	24.7	25.1	30.7	26.6	21.9	21.4	20.6	24.8	25.7
Mar-92	26.2	24.2	24.7	24.9	31.0	26.4	22.1	21.2	20.3	25.0	25.6
Apr-92	26.2	24.0	25.0	22.9	31.3	26.8	22.0	21.1	20.4	25.0	25.8
May-92	26.2	24.0	25.0	22.9	31.2	26.9	22.3	22.0	20.6	24.1	25.9
Jun-92	26.2	24.0	24.9	22.8	31.3	27.0	22.5	24.4	20.9	25.2	26.2
Jul-92	26.2	24.0	24.8	22.8	31.0	26.7	22.5	24.7	20.8	25.2	25.9
Aug-92	26.2	24.0	24.6	22.8	31.2	26.6	22.5	24.7	20.5	25.2	25.9
Sep-92	26.1	24.0	24.6	22.9	31.0	26.8	22.1	24.8	20.7	24.6	25.9
Oct-92	26.1	24.2	24.6	22.9	31.0	26.5	22.5	25.0	20.7	25.1	25.8
Nov-92	26.0	24.2	24.5	22.9	31.2	26.7	22.5	25.0	20.5	25.1	25.9
Dec-92	27.9	24.0	23.8	22.8	31.0	26.6	22.5	25.2	20.4	25.2	25.9

Source: NRCan

Cents per Litre

	St. John's	Char'ltn	Halifax	Saint John, N.B.	Montreal	Toronto	Winnipeg	Regina	Calgary	Vanc.	Cdn Avg
Jan-93	27.9	24.0	23.7	22.8	31.0	26.6	22.5	25.0	20.6	25.1	25.9
Feb-93	27.9	24.0	23.6	22.8	30.8	26.6	22.4	24.8	20.5	25.1	25.9
Mar-93	27.9	23.9	22.6	22.8	30.8	26.4	22.4	26.7	20.3	25.0	25.8
Apr-93	27.9	22.8	22.7	22.8	30.8	26.7	23.5	27.0	20.6	25.1	26.1
May-93	28.0	22.8	23.0	22.9	31.0	26.8	23.5	27.0	20.6	25.1	26.1
Jun-93	28.1	23.4	23.1	22.9	31.3	26.5	23.5	26.7	20.6	25.1	26.1
Jul-93	28.0	23.4	23.1	22.9	30.6	26.5	23.5	27.0	20.6	26.1	26.1
Aug-93	28.0	23.4	23.4	22.9	30.8	26.7	23.3	27.0	20.6	26.1	26.2
Sep-93	27.9	23.4	25.4	22.8	30.6	26.7	23.3	27.0	20.6	27.2	26.2
Oct-93	28.0	23.4	25.4	22.8	31.0	26.7	23.3	27.1	20.6	27.2	26.4
Nov-93	27.8	23.4	25.0	22.8	30.3	26.3	23.3	26.7	20.5	27.0	26.1
Dec-93	27.5	23.2	24.5	22.5	30.3	26.2	23.3	27.1	20.3	26.8	26.0
Jan-94	27.7	22.6	24.5	22.5	30.4	26.4	23.2	27.0	20.3	26.8	26.1
Feb-94	27.9	22.6	24.3	22.5	30.3	26.4	23.2	27.0	20.1	26.8	26.1
Mar-94	28.7	22.6	23.9	22.5	29.8	26.2	23.2	27.0	20.2	26.9	26.0
Apr-94	28.7	24.0	24.1	22.6	30.2	26.5	23.3	27.0	20.5	27.0	26.1
May-94	28.9	24.0	25.5	22.8	30.9	26.7	23.4	27.2	20.6	27.1	26.4
Jun-94	28.9	24.0	25.5	22.8	30.4	26.7	23.6	27.2	20.7	27.2	26.4
Jul-94	28.9	24.2	25.6	22.8	30.8	26.6	23.6	27.2	20.7	27.4	26.4
Aug-94	29.1	24.2	25.7	22.9	30.9	26.7	23.7	27.4	20.9	27.3	26.5
Sep-94	29.1	24.3	25.5	22.9	30.4	26.4	23.6	27.3	20.9	27.2	26.3
Oct-94	29.1	24.3	25.4	22.9	30.3	26.5	23.6	27.2	20.7	27.3	26.3
Nov-94	29.1	24.3	25.5	22.9	30.3	26.3	23.5	27.1	20.7	27.2	26.2
Dec-94	28.9	24.3	25.4	22.8	30.4	26.3	23.5	27.1	20.6	27.2	26.2
Jan-95	28.9	24.3	25.3	22.8	30.5	26.5	23.5	27.1	20.7	27.1	26.3
Feb-95	30.5	25.9	27.1	24.3	31.3	27.9	25.1	28.8	22.2	28.8	27.6
Mar-95	30.5	25.9	27.0	24.4	32.2	28.2	25.0	28.7	22.2	28.6	28.0
Apr-95	30.5	25.9	27.0	24.4	32.6	28.5	25.1	28.8	22.3	28.9	28.2
May-95	30.8	25.9	27.3	24.6	32.4	28.5	25.3	28.9	22.5	28.9	28.3
Jun-95	30.8	25.9	27.3	24.6	32.6	28.3	25.2	28.9	22.4	28.9	28.2
Jul-95	30.8	25.9	27.1	24.6	32.0	28.0	25.1	28.9	22.3	28.9	27.9
Aug-95	30.7	25.9	27.0	24.4	32.1	28.1	25.1	28.9	22.2	28.7	27.9
Sep-95	30.6	25.9	26.9	24.4	32.2	28.0	25.0	28.7	22.2	28.8	27.9
Oct-95	30.6	25.9	27.0	24.2	32.0	28.0	25.0	28.6	22.0	28.8	27.9
Nov-95	30.5	25.8	27.1	24.2	31.9	28.0	25.0	28.5	21.9	28.7	27.8
Dec-95	30.5	25.8	27.1	24.3	32.4	28.1	25.0	28.5	22.0	28.6	27.9
Jan-96	30.5	25.8	27.0	24.1	34.1	28.0	25.0	28.7	22.1	28.7	28.4
Feb-96	30.4	25.8	26.8	24.1	34.1	28.2	25.2	28.7	22.0	28.6	28.4
Mar-96	30.4	25.9	26.6	24.1	34.0	28.3	25.2	28.9	22.3	28.8	28.5
Apr-96	30.7	25.9	27.5	24.4	34.5	28.5	25.4	29.0	22.6	29.1	28.8
May-96	30.7	25.9	27.4	24.4	35.0	28.5	25.4	28.9	22.6	29.3	28.9
Jun-96	30.2	25.9	27.0	24.2	32.7	28.3	25.3	28.9	22.5	29.1	28.2
Jul-96	29.9	25.8	26.8	24.4	33.6	28.4	25.1	28.9	22.4	28.9	28.4
Aug-96	30.3	25.8	26.8	24.4	34.0	28.4	25.3	28.9	22.4	28.9	28.6

Source: NRCan

Exhibit D14. Federal, Provincial & State Taxes in New Brunswick and Maine, 1989 - 1996

Cents per Litre

	Federal Taxes			N.B. Motor Fuel Tax	Total N.B. & Fed. Taxes	Maine Motor Fuel Taxes				Cdn - US Exchange	
	Excise	FST/GST	Total			Me. State Tax	U.S. Fed. Tax	Total U.S. $/ U.S. Gal	Total Cdn ¢/ Litre	$Cdn	$US
Jan-89	6.5	3.3	9.8	9.9	19.7	14.0	9.0	23.0	7.2	1.1914	83.9
Feb-89	6.5	3.3	9.8	9.9	19.7	14.0	9.0	23.0	7.2	1.1890	84.1
Mar-89	6.5	3.3	9.8	9.9	19.7	14.0	9.0	23.0	7.3	1.1953	83.7
Apr-89	6.5	3.2	9.7	9.8	19.5	14.0	9.0	23.0	7.2	1.1886	84.1
May-89	7.5	3.2	10.7	9.8	20.5	14.0	9.0	23.0	7.2	1.1880	84.2
Jun-89	7.5	3.6	11.1	9.8	20.9	14.0	9.0	23.0	7.2	1.1927	83.8
Jul-89	7.5	3.5	11.0	10.4	21.4	14.0	9.0	23.0	7.3	1.1984	83.4
Aug-89	7.5	3.5	11.0	10.4	21.4	14.0	9.0	23.0	7.2	1.1888	84.1
Sep-89	7.5	3.5	11.0	10.4	21.4	14.0	9.0	23.0	7.1	1.1754	85.1
Oct-89	7.5	3.5	11.0	10.4	21.4	14.0	9.0	23.0	7.2	1.1827	84.6
Nov-89	7.5	3.5	11.0	10.4	21.4	14.0	9.0	23.0	7.1	1.1748	85.1
Dec-89	7.5	3.5	11.0	10.4	21.4	14.0	9.0	23.0	7.1	1.1696	85.5
Jan-90	8.5	3.6	12.1	10.3	22.4	14.0	9.0	23.0	7.1	1.1714	85.4
Feb-90	8.5	3.6	12.1	10.3	22.4	14.0	9.0	23.0	7.3	1.1965	83.6
Mar-90	8.5	3.6	12.1	10.3	22.4	14.0	9.0	23.0	7.3	1.1965	83.6
Apr-90	8.5	3.6	12.1	10.7	22.8	14.0	9.0	23.0	7.2	1.1807	84.7
May-90	8.5	3.6	12.1	10.7	22.8	14.0	9.0	23.0	7.1	1.1639	85.9
Jun-90	8.5	3.6	12.1	10.7	22.8	14.0	9.0	23.0	7.1	1.1746	85.1
Jul-90	8.5	3.7	12.2	11.2	23.4	14.0	9.0	23.0	7.1	1.1728	85.3
Aug-90	8.5	3.7	12.2	11.2	23.4	14.0	9.0	23.0	7.0	1.1568	86.4
Aug-90	8.5	3.7	12.2	11.2	23.4	14.0	9.0	23.0	7.0	1.1445	87.4
Sep-90	8.5	3.8	12.3	11.2	23.5	14.0	9.0	23.0	7.0	1.1580	86.4
Oct-90	8.5	3.8	12.3	11.2	23.5	14.0	9.0	23.0	7.0	1.1596	86.2
Nov-90	8.5	3.8	12.3	11.8	24.1	14.0	9.0	23.0	7.1	1.1634	86.0
Dec-90	8.5	4.2	12.7	11.5	24.2	14.0	9.0	23.0	7.0	1.1601	86.2
Jan-91	8.5	4.2	12.7	11.5	24.2	14.0	9.0	23.0	7.0	1.1559	86.5
Feb-91	8.5	4.2	12.7	11.5	24.2	14.0	9.0	23.0	7.0	1.1543	86.6
Mar-91	8.5	3.5	12.0	12.7	24.7	14.0	9.0	23.0	7.0	1.1569	86.4
Apr-91	8.5	3.5	12.0	12.7	24.7	14.0	9.0	23.0	7.0	1.1530	86.7
May-91	8.5	3.5	12.0	12.7	24.7	19.0	14.0	33.0	10.0	1.1494	87.0
Jun-91	8.5	3.6	12.1	12.7	24.8	19.0	14.0	33.0	10.0	1.1437	87.4
Jul-91	8.5	3.6	12.1	12.7	24.8	19.0	14.0	33.0	10.0	1.1486	87.1
Aug-91	8.5	3.6	12.1	12.7	24.8	19.0	14.0	33.0	10.0	1.1469	87.2
Sep-91	8.5	3.7	12.2	12.7	24.9	19.0	14.0	33.0	9.9	1.1346	88.1
Oct-91	8.5	3.7	12.2	12.7	24.9	19.0	14.0	33.0	9.8	1.1274	88.7
Nov-91	8.5	3.7	12.2	12.7	24.9	19.0	14.0	33.0	9.9	1.1386	87.8
Dec-91	8.5	3.4	11.9	12.7	24.6	19.0	14.0	33.0	10.0	1.1465	87.2
Jan-92	8.5	3.4	11.9	12.7	24.6	19.0	14.0	33.0	10.1	1.1557	86.5
Feb-92	8.5	3.4	11.9	12.7	24.6	19.0	14.0	33.0	10.3	1.1824	84.6
Mar-92	8.5	3.3	11.8	10.7	22.5	19.0	14.0	33.0	10.4	1.1927	83.8
Apr-92	8.5	3.3	11.8	10.7	22.5	19.0	14.0	33.0	10.4	1.1877	84.2
May-92	8.5	3.3	11.8	10.7	22.5	19.0	14.0	33.0	10.5	1.1990	83.4
Jun-92	8.5	3.7	12.2	10.7	22.9	19.0	14.0	33.0	10.4	1.1962	83.6
Jul-92	8.5	3.7	12.2	10.7	22.9	19.0	14.0	33.0	10.4	1.1913	83.9
Aug-92	8.5	3.7	12.2	10.7	22.9	19.0	14.0	33.0	10.4	1.1906	84.0
Sep-92	8.5	3.5	12.0	10.7	22.7	19.0	14.0	33.0	10.7	1.2222	81.8
Oct-92	8.5	3.5	12.0	10.7	22.7	19.0	18.4	37.4	12.3	1.2453	80.3
Nov-92	8.5	3.5	12.0	10.7	22.7	19.0	18.4	37.4	12.5	1.2682	78.8
Dec-92	8.5	3.4	11.9	10.7	22.6	19.0	18.4	37.4	12.6	1.2726	78.6

Source: NRCan, NBDNRE

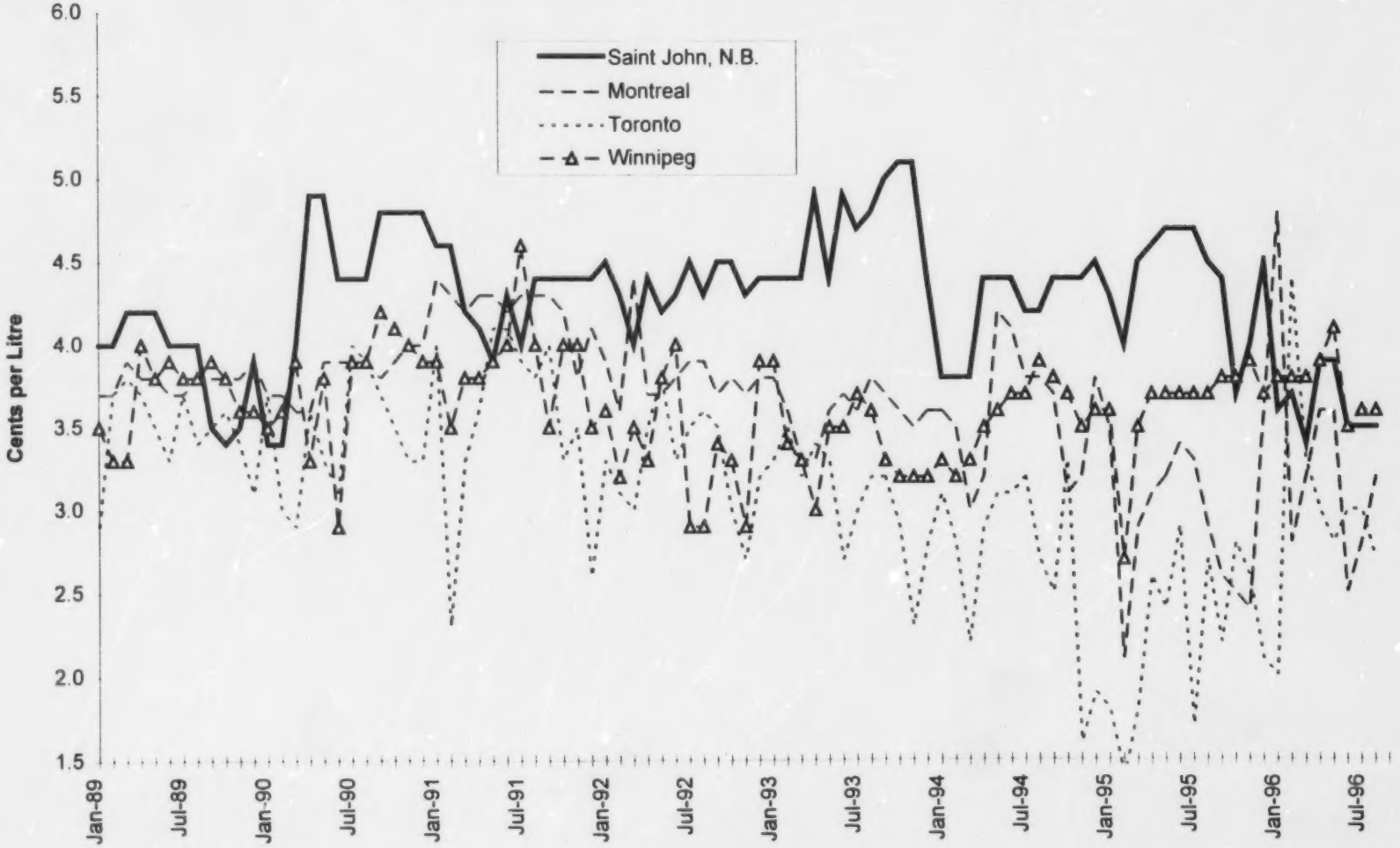
Exhibit D14. Federal, Provincial & State Taxes in New Brunswick and Maine, 1989 - 1996

Cents per Litre

	Federal Taxes			N.B. Motor	Total	Maine Motor Fuel Taxes				Cdn - US	
	Excise	FST/GST	Total	Fuel Tax	N.B. & Fed. Taxes	Me. State Tax	U.S. Fed. Tax	Total U.S. $/ U.S. Gal	Total Cdn ¢/ Litre	Exchange $Cdn	$US
Jan-93	8.5	3.4	11.9	10.7	22.6	19.0	18.4	37.4	12.6	1.2781	78.2
Feb-93	8.5	3.4	11.9	10.7	22.6	19.0	18.4	37.4	12.5	1.2600	79.4
Mar-93	8.5	3.3	11.8	10.7	22.5	19.0	18.4	37.4	12.3	1.2469	80.2
Apr-93	8.5	3.3	11.8	10.7	22.5	19.0	18.4	37.4	12.5	1.2620	79.2
May-93	8.5	3.3	11.8	10.7	22.5	19.0	18.4	37.4	12.5	1.2699	78.7
Jun-93	8.5	3.4	11.9	10.7	22.6	19.0	18.4	37.4	12.6	1.2785	78.2
Jul-93	8.5	3.4	11.9	10.7	22.6	19.0	18.4	37.4	12.7	1.2822	78.0
Aug-93	8.5	3.4	11.9	10.7	22.6	19.0	18.4	37.4	12.9	1.3076	76.5
Sep-93	8.5	3.4	11.9	10.7	22.6	19.0	18.4	37.4	13.1	1.3211	75.7
Oct-93	8.5	3.4	11.9	10.7	22.6	19.0	18.4	37.4	13.1	1.3262	75.4
Nov-93	8.5	3.4	11.9	10.7	22.6	19.0	18.4	37.4	13.0	1.3171	75.9
Dec-93	8.5	3.1	11.6	10.7	22.3	19.0	18.4	37.4	13.2	1.3321	75.1
Jan-94	8.5	3.1	11.6	10.7	22.3	19.0	18.4	37.4	13.0	1.3175	75.9
Feb-94	8.5	3.1	11.6	10.7	22.3	19.0	18.4	37.4	13.3	1.3417	74.5
Mar-94	8.5	3.1	11.6	10.7	22.3	19.0	18.4	37.4	13.5	1.3641	73.3
Apr-94	8.5	3.1	11.6	10.7	22.3	19.0	18.4	37.4	13.7	1.3825	72.3
May-94	8.5	3.1	11.6	10.7	22.3	19.0	18.4	37.4	13.6	1.3809	72.4
Jun-94	8.5	3.5	12.0	10.7	22.7	19.0	18.4	37.4	13.7	1.3836	72.3
Jul-94	8.5	3.5	12.0	10.7	22.7	19.0	18.4	37.4	13.7	1.3827	72.3
Aug-94	8.5	3.5	12.0	10.7	22.7	19.0	18.4	37.4	13.6	1.3775	72.6
Sep-94	8.5	3.5	12.0	10.7	22.7	19.0	18.4	37.4	13.4	1.3541	73.8
Oct-94	8.5	3.6	12.1	10.7	22.8	19.0	18.4	37.4	13.3	1.3494	74.1
Nov-94	8.5	3.6	12.1	10.7	22.8	19.0	18.4	37.4	13.5	1.3642	73.3
Dec-94	8.5	3.6	12.1	10.7	22.8	19.0	18.4	37.4	13.7	1.3869	72.1
Jan-95	8.5	3.6	12.1	10.7	22.8	19.0	18.4	37.4	13.8	1.4008	71.4
Feb-95	8.5	3.6	12.1	10.7	22.8	19.0	18.4	37.4	13.9	1.4074	71.1
Mar-95	8.5	3.7	12.2	10.7	22.9	19.0	18.4	37.4	13.6	1.3762	72.7
Apr-95	8.5	3.7	12.2	10.7	22.9	19.0	18.4	37.4	13.4	1.3607	73.5
May-95	8.5	3.9	12.4	10.7	23.1	19.0	18.4	37.4	13.6	1.3770	72.6
Jun-95	8.5	3.9	12.4	10.7	23.1	19.0	18.4	37.4	13.4	1.3611	73.5
Jul-95	8.5	3.9	12.4	10.7	23.1	19.0	18.4	37.4	13.4	1.3543	73.8
Aug-95	10.0	3.8	13.8	10.7	24.5	19.0	18.4	37.4	13.3	1.3509	74.0
Sep-95	10.0	3.8	13.8	10.7	24.5	19.0	18.4	37.4	13.3	1.3445	74.4
Oct-95	10.0	3.7	13.7	10.7	24.4	19.0	18.4	37.4	13.4	1.3533	73.9
Nov-95	10.0	3.7	13.7	10.7	24.4	19.0	18.4	37.4	13.5	1.3691	73.0
Dec-95	10.0	3.7	13.7	10.7	24.4	19.0	18.4	37.4	13.5	1.3665	73.2
Jan-96	10.0	3.7	13.7	10.7	24.4	19.0	18.4	37.4	13.6	1.3755	72.7
Feb-96	10.0	3.7	13.7	10.7	24.4	19.0	18.4	37.4	13.5	1.3642	73.3
Mar-96	10.0	3.6	13.6	10.7	24.3	19.0	18.4	37.4	13.4	1.3590	73.6
Apr-96	10.0	3.6	13.6	10.7	24.3	19.0	18.4	37.4	13.5	1.3689	73.1
May-96	10.0	3.7	13.7	10.7	24.4	19.0	18.4	37.4	13.5	1.3663	73.2
Jun-96	10.0	3.9	13.9	10.7	24.6	19.0	18.4	37.4	13.5	1.3700	73.0
Jul-96	10.0	3.8	13.8	10.7	24.5	19.0	18.4	37.4	13.6	1.3728	72.8
Aug-96	10.0	3.5	13.5	10.7	24.2	20.0	19.4	39.4	14.3	1.3728	72.8

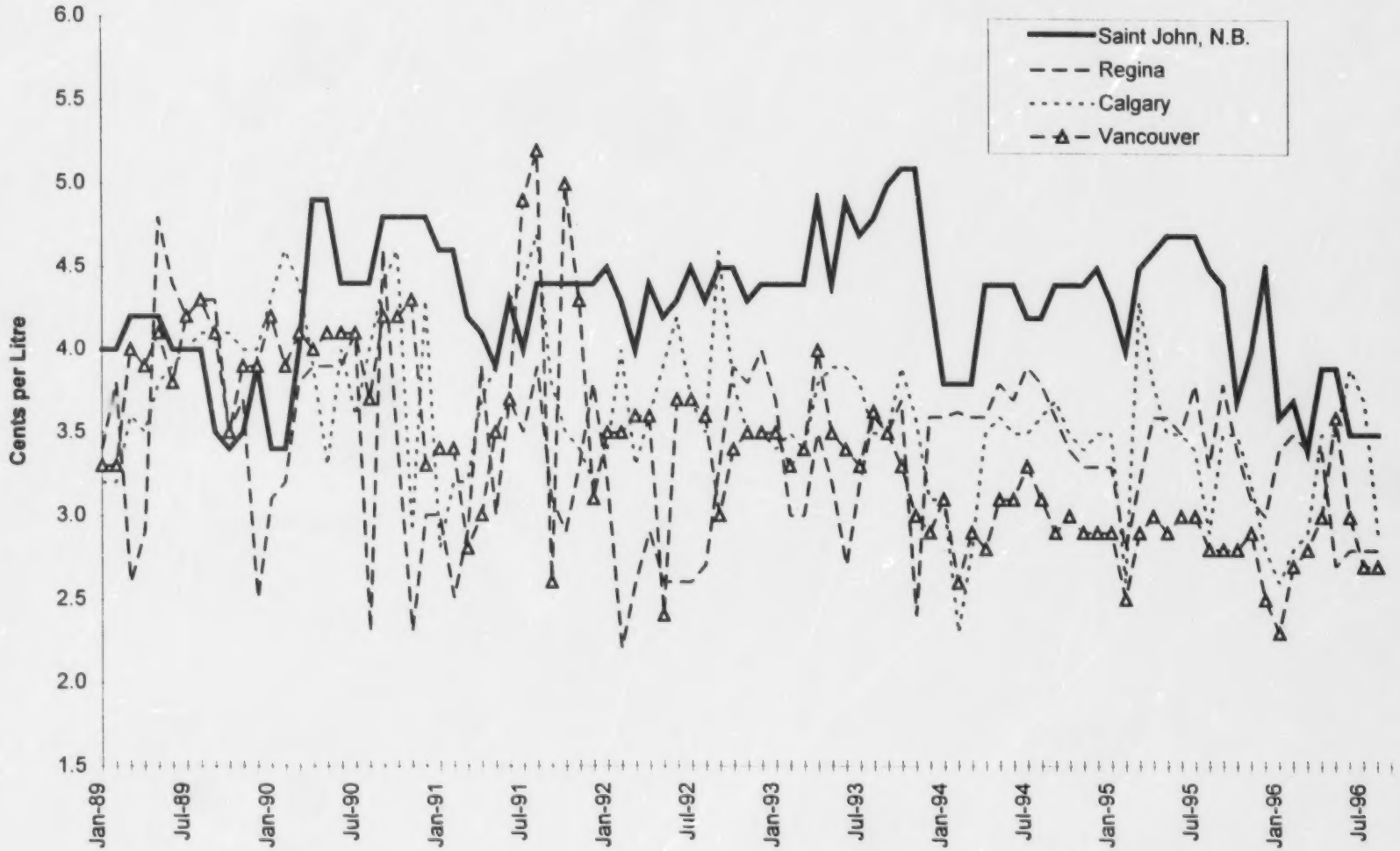
Source: NRCan, NBDNRE

Exhibit D15. Saint John, N.B. Ave Retail Margin vs Retail Margins in Central Canadian Cities, 1989 - 1996



Source: NRCan

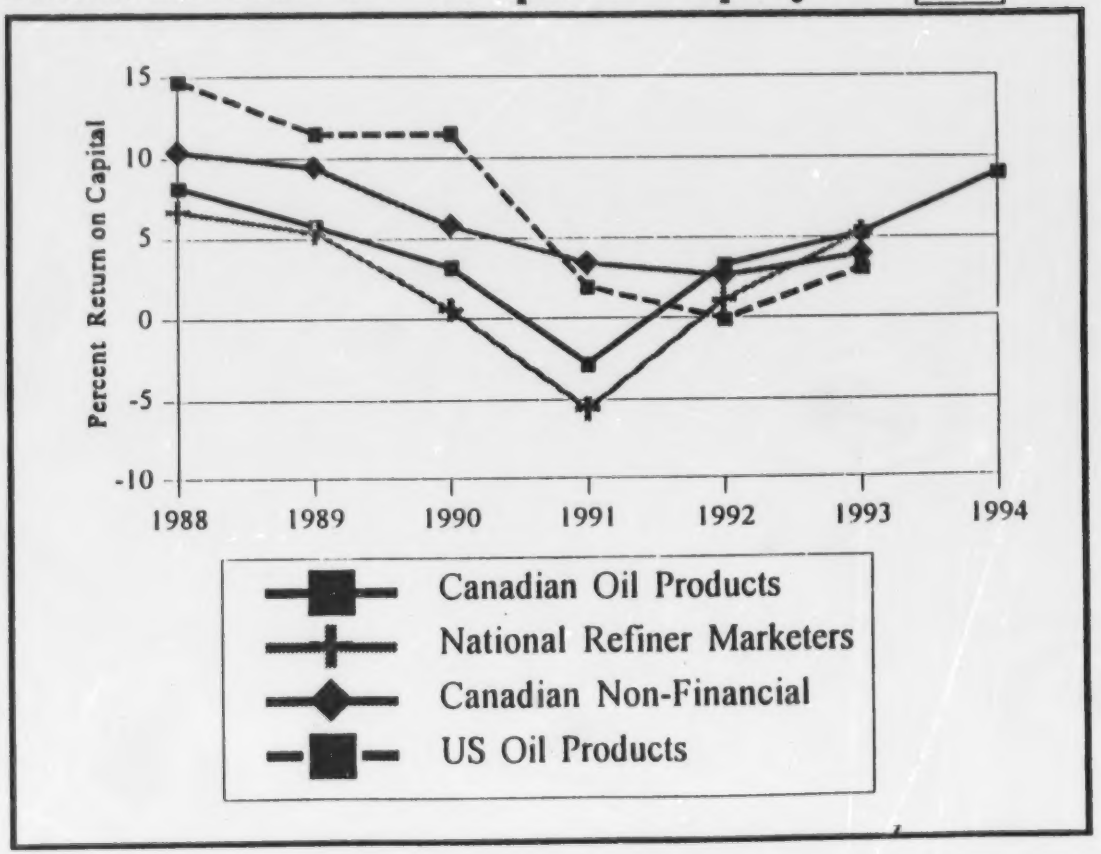
Exhibit D16. Saint John, N.B. Ave Retail Margin vs Retail Margins in Western Canadian Cities, 1989 - 1996



Source: NRCan

Exhibit D17

Figure 6
Rates of Return to Capital Employed



Source: Industry Canada Report, "The Canadian Petroleum Refining and Marketing Industry - Sector Competitiveness Framework", March 9, 1995

Exhibit D18

Table I
Oil Products Industry; Revenues, Expenses and Profits

	$millions			
	1990	1991	1992	1993
Total Revenues	29,636	25,473	24,002	24,242
Revenues after excise taxes	24,207	22,251	20,699	20,792
Excise Taxes	5,429	3,222	3,303	3,450
Cost of goods sold	17,839	16,987	15,486	15,032
Operating costs	4,046	4,199	3,696	3,658
R & D costs	64	70	42	39
Other expenses	(1)	49	35	60
Revenues after cash costs	2,259	946	1,440	2,003
Interest payments	307	284	174	139
Taxes	520	13	308	236
Depreciation	685	735	691	662
Revenues before extraordinary items	747	(86)	267	966
Deferred Income tax	9	(214)	(113)	199
Write-offs	(71)	(700)	(162)	(238)
Extraordinary items	2	(64)	85	(24)
NET INCOME	669	(636)	303	505

Source: Industry Canada Report, "The Canadian Petroleum Refining and Marketing Industry - Sector Competitiveness Framework", March 9, 1995

Exhibit D19
Transportation Cost Analysis

A) Product Refined in Dartmouth, Nova Scotia

There are four usual options for shipping to New Brunswick from Dartmouth:
- truck all the way.
- ship to Chatham marine terminal and truck from there.
- ship to Saint John marine terminal and truck from there.
- ship to Belledune marine terminal and truck from there.

Stations in the southeast are generally serviced by truck from Dartmouth.
The rest of the province is serviced from the nearest marine terminal.
Stations in the northwest part of the province are generally supplied from St. Romuld, Quebec.

	Estimated Cost /Litre (1)		
		Distance from nearest marine terminal (Saint John, Chatham or Belledune)	
	Moncton Area	100 km.	200 km.
Full Load (2)	1.45¢	1.65¢	2.15¢
Partial Load	1.55¢	1.75¢	2.25¢

B) Product Refined in Saint John

	Estimated Cost /Litre (1)		
	Distance from Saint John		
	100 km.	200 km.	300 km.
Full Load (2)	.65¢	1.1¢	1.55¢
Partial Load	.75¢	1.2¢	1.65¢

1. The amounts shown are intended to be typical costs and include marine transport and terminalling charges where applicable. The amount actually paid by any individual station will vary according to the policies of their supplier and contractual arrangements.
2. A full load would typically be between 40,000 and 46,000 litres.

Source: KPMG

Exhibit D20 Overview of Regulatory Activity Across Canada

	Nature of Regulatory Regime	Year Implemented/ Modified	Is Gas Pricing a Current Issue? Why?	What Action is Being Taken?	Contact	
Newfoundland	No Regulation		Yes. High prices outside of St. John's and price spread vs rest of country	Departmental investigation of fair marketing practices laws	Wayne Andrews	(709) 729-5899
Nova Scotia	None since 1991	Previously extensive price, margin and structure controls	Yes. Concern predatory pricing will eliminate independents	Departmental investigation of fair marketing practices laws. Minister has requested meeting with oil co.'s	Barb Jones-Gordon	(902) 424-4483
Prince Edward Island	Extensive price, margin and structure controls	1983 & 1987	No	Nothing	Doris Pursey	(902) 566-4076
New Brunswick	Gasoline, Diesel Oil and Home Heating Oil Act - Retail price control and promotions and posting of prices at roadside. Price control never implemented.	1987	Yes. Public perception of higher prices vs Nova Scotia in spite of lower provincial tax	Select Committee of the Legislature with broad mandate to make recommendation to government. Ongoing Departmental monitoring.	Greg Byrne, Chairman, Don Barnett, ADM	(506) 453-2508, (506) 453-2206
Quebec	Bill 50 guarantees minimum retail and wholesale margins.	1997	Yes. Price wars during the past summer and concern for independent marketers spawned the current legislation.	Guaranteed minimum retail and wholesale margins and regulations that will promote independent marketers will be implemented by the Regis d'Energie.	Francois Mguyem	(418) 644-9765
Ontario	No Regulation		Yes. Price spread between Toronto and rest of province.	Departmental monitoring	Barry Bower	(416) 323-5664
Manitoba	No Regulation		Yes. Price spread between Winnipeg and rest of province.	Departmental monitoring	Dennis Mager	(204) 945-2613
Saskatchewan	No Regulation					
Alberta	No Regulation					
British Columbia	No Regulation		Yes. Price differential vs Alberta	Inquiry into Gasoline Pricing being conducted by chair & CEO of BC Utilities Commission under the Inquiry Act. Preliminary report excerpt provided as Appendix 9A.	Dr. Marc Jaccard	(604) 660-4758
Govt. of Canada			Yes. Investigation currently being conducted by the Bureau of Competition Policy.		Nelson Vermette	(819) 994-0889

Exhibit D21 Selected U.S. States with Below Cost Selling Laws

	ARKANSAS	FLORIDA	UTAH
Background to Legislation	Independent Marketers concerned about predatory pricing	Introduced in 1985 to replace deemed ineffectual divorcement law	Concern about predatory pricing
Intent of Legislation	Prevent Predatory Pricing	Prevent Predatory Pricing	Prevent Predatory Pricing
Year Introduced	1993	1985	1981
Deemed Illegal Practices	A) No dealer shall make, or offer or advertise to make sales at retail at below cost to the retailer of motor fuel where the effect may injure competition. B) No vertically integrated refiner may sell or transfer motor fuel to its own or an affiliate outlet at a price which is less...than the price at which that motor fuel is offered for sale by the refiner to a dealer within the same competitive area. C) It is unlawful for a refiner to limit or allocate the quantity of motor fuel available to a dealer distributor or other reseller... unless the allocations are applied in a non discriminatory manner among all resellers supplied. D) It is unlawful for any seller to offer or give a rebate rent subsidy or concession of any kind unless offered to all resellers.	A) It is unlawful to sell and or buy motor fuel at a price lower than the price at which the seller contemporaneously sells motor fuel to another person on the same level of distribution, in the same market area. B) It is unlawful for any refiner engaged in commerce in this state to sell any grade or quality of motor fuel at a retail outlet below refiner cost, where the effect is to injure competition. C) It is unlawful for any non-refiner engaged in commerce in this state to sell any grade or quality of motor fuel at a retail outlet below non-refiner cost, where the effect is to injure competition. D) It is unlawful for any seller to offer or give a rebate rent subsidy or concession of any kind unless offered to all resellers.	Illegal to sell below cost plus 6% (retail margin)
Remedies Available	A) Civil remedies and fines to a maximum $1,000 per day while act occurs B) Injunctions C) Three times claimed damages	Fines to a maximum $10,000 per day to limit of $250,000 B) Injunctions	AG prosecutes
Reported Effectiveness	Prices remained low, integrated oil companies left the state. Hines says it is working and would do nothing different.	Deemed successful by Fla. Petroleum Marketers Association. Withstood constitutional challenge	Yes, competition enhanced. Has a "preventive" impact. No convictions but two out of court settlements.
Other Features	A prima facie showing of a violation shall be constituted if the plaintiff shows that the plaintiffs purchase price from a refiner or distributor plus the plaintiffs cost of doing business is greater than said distributors retail posted sales price.	Competitors who have posted prices below the posted terminal prices should be immediately reported to the division of Consumer Services as these are prima facie cases of violations of the Act.	
Source	Ann Hines (501) 374-69293 Ark. Oil Marketers Assoc.	Alan Whitby (904) 877-5178 Fla. Petroleum Marketers Assoc.	Gene Inglesby (801) 263-8000 Western Petroleum Marketers

Exhibit D22 Selected U.S. States with Partial Divorcement Laws

	Maryland	Nevada	Virginia
Background to Legilsation	Independent Marketers concerned about predatory pricing		Gasoline retailers wanted divorcement law
Intent of Legislation	Prevent Predatory Pricing	Prevent Predatory Pricing	Decrease the market power of integrated oil companies.
Year Introduced	1974-75	1987	1979
Deemed Illegal Practices	A) Refiners are not allowed to directly operate retail outlets. Although they can own sites they must lease them to an operator. B) Refiners prohibited from selling at below cost	A) Refiners are not allowed to directly operate retail outlets. Although they can own sites they must lease them to an operator. B) Refiners prohibited from selling at below cost	A) Refiners are not allowed to open new outlet within 1.5 miles of their own branded operations.
Remedies Available	Remedies unsubstantial. Refiner has been forced to lease all retail outlets.	Remedies unsubstantial. Refiner has been forced to lease all retail outlets.	Injunctive type remedies
Reported Effectiveness	Minimum impact and no evidence that it has enhanced competition according to Bob Irvin	Retailers want wholesale divorcement	Minimum effectiveness. Does not constrain large independent marketers from predatory pricing practices.
Other Features	Large independent marketers are not restricted by the legislation and actively engage in predatory pricing and effectively restrict competition	Large independent marketers are not restricted by the legislation and actively engage in predatory pricing and effectively restrict competition	
Source	Bob Irvin (301) 694-0808 Mid-Atlantic Petroleum Distributors Assoc.	Peter Krueger (702) 348-1888 Nevada Petroleum Marketers Assoc.	Frank Bedell (804) 282-7777 Virginia Petroleum Jobbers Assoc. Inc.

Exhibit 23. Comparison of Retail Prices in States with Below Cost Selling Laws and the U.S. Average

U.S. ¢/U.S. Gal

		1994		1995		1996	
State	City	Ex-tax	Retail	Ex-tax	Retail	Ex-tax	Retail
Maryland	Baltimore	69.9	111.8	73.1	114.9	80.4	122.2
Florida	Miami	79.5	117.7	81.8	120.9	83.5	122.0
Alabama	Birmingham	66.9	103.5	71.1	108.1	79.6	113.2
Utah	Salt Lake City	74.4	112.4	73.0	111.1	88.8	121.9
Average		72.7	108.0	75.3	113.7	84.6	119.0
U.S. Avg		71.9	111.1	75.1	114.2	81.9	121.6

Difference Between Retail Prices in States with Below Cost Selling Laws and the U.S. Average

		1994		1995		1996	
State	City	Ex-tax	Retail	Ex-tax	Retail	Ex-tax	Retail
Maryland	Baltimore	(2.0)	0.7	(2.0)	0.7	(1.5)	0.7
Florida	Miami	7.6	6.6	6.7	6.7	1.6	0.5
Alabama	Birmingham	(5.0)	(7.7)	(4.0)	(6.0)	(2.3)	(8.3)
Utah	Salt Lake City	2.5	1.3	(2.1)	(3.1)	6.9	0.3
Average		0.8	(3.1)	0.2	(0.4)	2.6	(2.5)

Source: Oil and Gas Journal

RAPPORT DÉFINITIF

DU

COMITÉ SPÉCIAL SUR

LES PRIX DE L'ESSENCE

Deuxième session de la
53e législature
du
Nouveau-Brunswick

le 26 mars 1997

Membres du comité

M. Greg Byrne, président
M. Kenneth Johnson, vice-président
M. Peter LeBlanc
M. Alban Landry
Mme Laureen Jarrett
L'hon. Bernard Valcourt, C.P.
M. Dale Graham
Mme Elizabeth Weir

Legislative Assembly of New Brunswick
P.O. Box 6000
Fredericton, NB
E3B 5H1

Tel.: (506) 453-2506
Fax: (506) 453-7154

Assemblée Législative du Nouveau-Brunswick
Case postale 6000
Fredericton, (N.-B.)
E3B 5H1

Tél. : (506) 453-2506
Fax : (506) 453-7154

le 26 mars 1997

Assemblée législative du Nouveau-Brunswick

Monsieur le président,

J'ai le plaisir de présenter le rapport définitif du Comité spécial sur les prix de l'essence.

Le Comité spécial sur les prix de l'essence est constitué sur résolution de la Chambre le 19 avril 1996 pour examiner les prix de l'essence au Nouveau-Brunswick ainsi que faire enquête et formuler à la Chambre des recommandations à cet égard.

Le comité a préparé un rapport provisoire qui a été déposé à l'Assemblée législative le 29 novembre 1996. Le présent rapport définitif et les recommandations qu'il contient mettent un terme aux travaux du comité.

Le président du comité,

Greg Byrne, député

Table des matières

I	Introduction		1
	A.	Mandat	1
	B.	Audiences publiques et collecte de données	1
	C.	Rapport provisoire	1
	D.	Rapport définitif	1
	E.	Remerciements	1
II	Données de base sur le marché pétrolier : Canada et Nouveau-Brunswick		3
	A.	Production de pétrole brut	3
	B.	Activités des raffineries	3
	C.	Secteur de la vente au détail	4
	D.	Structure de l'industrie du carburant au Nouveau-Brunswick	5
III	Examen des éléments des prix de 1989 à 1996		9
	A.	Prix de détail, taxes en sus	9
	B.	Coût du brut	10
	C.	Marges bénéficiaires pour les détaillants	10
	D.	Taxes	10
	E.	Coûts et marges de raffinage et de commercialisation	11
	F.	Aperçu de tous les éléments des prix	11
	G.	Diversité des prix au Nouveau-Brunswick	11
IV	Réglementation d'autres ressorts		25
	A.	Initiatives prises dans d'autres provinces et au palier fédéral	25
	B.	Réglementation aux États-Unis	26
V	Faits saillants des audiences et rétroaction au rapport provisoire		27
	A.	Aperçu des interventions des pétrolières aux audiences	27
	B.	Interventions des vendeurs indépendants	28
VI	Analyse et conclusions relatives aux questions clés		29
	A.	Écarts des prix et des marges bénéficiaires	29
	B.	Répercussions de la réduction de la taxe sur les carburants	33
	C.	Taille et impact du secteur indépendant	33
	D.	Risque de réduction de la concurrence en raison de prix discriminatoires	38
	E.	Sommaire des conclusions	38
VII	Recommandations		39

Annexes

A	Résolution visant à établir le Comité spécial sur les prix de l'essence
B	Liste des intervenants
C	Particuliers et organisations qui ont founi de la rétroaction au rapport provisoire
D	Recherches supplémenaires, données et analyses

Table des pièces

		page
1	Sommaire des recherches entreprises par le comité	2
2	Ventilation des points de vente au détail au Nouveau-Brunswick	6
3	Répartition des points de vente par province	7
4	Intervenants de l'industrie pétrolière et définitions	8
5	Moyenne des prix de détail à Saint John et au Canada, taxes en sus, 1989-1996	12
6	Moyenne des prix de détail à Saint John et au Canada, taxes en sus, 1991-1995	13
7	Écart de prix entre la moyenne dans les grands centres urbains et la moyenne provinciale	14
8	Moyenne des prix de détail au Nouveau-Brunswick et à Saint John, taxes comprises	15
9	Moyenne des prix de détail, taxe en sus, à Saint John et coût du brut à la livraison	16
10	Moyenne de la marge bénéficiaire pour le détaillant à Saint John et au Canada	17
11	Moyenne de la marge bénéficiaire pour le détaillant à Saint John (N.-B.) et moyenne de la marge bénéficiaire pour le détaillant dans d'autres villes de l'Atlantique	18
12	Taxes provinciales sur les carburants	19
13	Coûts de raffinage et de commercialisation à Saint John comparés à la moyenne au Canada	20
14	Coûts et marges de raffinage et de commercialisation à Saint John et dans d'autres centres	21
15	Moyenne à Saint John et dans 10 grandes villes : ventilation des prix	22
16	Taxes, prix de détail et marges bénéficiaires par marché principal, 1989 à 1996	23
17	Structure de l'industrie de vente au détail de l'essence au Nouveau-Brunswick	24
18	Incidence du volume sur les coûts au détail	31
19	Prix de détail, taxes en sus, comparé au pourcentage de points de vente exploités par des distributeurs indépendants	35
20	Prix de détail, taxes en sus, comparé au volume annuel des ventes par point de vente	36
21	Moyenne du prix de détail à Saint John comparé à la moyenne du prix de détail, taxes en sus, pour les grandes villes du Canada atlantique	37

I Introduction

A. Mandat

Le 19 avril 1996, l'Assemblée législative a adopté une résolution : « attendu que le mécontentement est général au sujet du niveau des prix de l'essence au Nouveau-Brunswick comparativement aux compétences voisines ; qu'il soit à ces causes résolu que la Chambre constitue un Comité spécial sur les prix de l'essence pour examiner les prix de l'essence au Nouveau-Brunswick ainsi que faire enquête et formuler à la Chambre des recommandations à cet égard ». Le texte complet de la résolution constitue l'annexe A.

La résolution a été présentée en réponse aux préoccupations du public, selon lesquelles les prix de l'essence au Nouveau-Brunswick ne reflétaient pas le taux relativement bas de la taxe provinciale sur les carburants. La résolution tient compte de l'importance pour les gens du Nouveau-Brunswick d'avoir accès à des carburants à un prix équitable.

B. Audiences publiques et collecte de données

Le Comité spécial sur les prix de l'essence a entrepris des recherches exhaustives et a tenu des audiences publiques. Toutes les compagnies de l'industrie de l'essence étaient représentées aux audiences, ainsi que le gouvernement fédéral, d'autres provinces et notre propre province. Une liste des intervenants constitue l'annexe B. La pièce 1 résume les autres recherches menées par le comité.

C. Rapport provisoire pour encourager l'apport

Un rapport provisoire est préparé par le comité et déposé à l'Assemblée législative le 29 novembre 1996. Le rapport provisoire fournit l'analyse et les conclusions préliminaires du comité ainsi qu'une gamme d'options que le comité examinait alors. Le rapport provisoire est publié pour encourager l'apport de tous les intervenants de l'industrie. Les particuliers et les organisations énumérés à l'annexe C ont fourni de la rétroaction sur le rapport provisoire.

D. Rapport définitif

Le présent rapport définitif renferme toutes les données statistiques présentées dans le rapport provisoire ainsi qu'une annexe D qui comprend des données supplémentaires et des analyses effectuées par le comité mais non publiées auparavant. Il fait état des recommandations du comité.

E. Remerciements

Le comité souhaite remercier de leurs efforts toutes les parties qui ont comparu aux audiences publiques et ont contribué une rétroaction au sujet du rapport provisoire. La recherche et l'analyse investies dans les interventions étaient très approfondies et ont été grandement appréciées. Il faut aussi féliciter le personnel du ministère des Ressources naturelles et de l'Énergie, qui a aidé à la recherche de manière très réceptive. Enfin, le comité est reconnaissant de la coopération et de l'aide des représentants d'autres provinces qui ont partagé les renseignements et facilité une telle entreprise.

Pièce 1
Sommaire des recherches entreprises par le comité

- Comparaison des prix, incluant et excluant les taxes, pour les grands centres partout au Canada, par province, par grand centre au Nouveau-Brunswick, à certains points frontaliers choisis du Maine et pour des États américains choisis, ainsi que les moyennes nationales, de 1989 à 1996.
- Comparaison des moyennes provinciales de prix connues.
- Comparaison des taxes provinciales et fédérales sur le carburant partout au Canada et avec le Maine, de 1989 à 1996.
- Comparaison de la marge bénéficiaire pour le détaillant pour tous les grands centres du Canada, de 1989 à 1996.
- Comparaison des coûts et des marges de raffinage et de commercialisation pour tous les grands centres du Canada, de 1989 à 1996.
- Comparaison des prix, des marges bénéficiaires et des prix du brut.
- Structure de l'industrie du Nouveau-Brunswick, y compris le nombre de points de vente par marque.
- Coûts du transport maritime et par camion par endroit au Nouveau-Brunswick.
- Incidence du volume sur le coût du litre.
- Examen des données sur la rentabilité des pétrolières.
- Profil des règlements provinciaux et fédéraux applicables partout au Canada.
- Profil des stratégies de réglementation et d'études connexes dans des États choisis des États-Unis.

II Données de base sur le marché pétrolier : Canada et Nouveau-Brunswick

A. Production de pétrole brut

« Pétrole brut » est le terme utilisé pour décrire le pétrole à son état naturel, lorsqu'il est pompé de puits marins ou continentaux. Le baril est l'unité de mesure du pétrole brut pour le commerce. Un baril est égal à 159 L. La plus grande partie de la production canadienne de pétrole brut ou de l'activité « en amont » de l'industrie pétrolière se fait dans l'ouest du Canada. Le champ Cohasset-Panuke, au large de la côte de la Nouvelle-Écosse, produit de 20 000 à 25 000 barils de brut par jour, dont la plus grande partie est expédiée aux États-Unis. Les champs Hibernia et Terra Nova, en voie d'être exploités au large de la côte de Terre-Neuve, devraient produire 200 000 barils par jour.

Les producteurs pétroliers paient généralement des redevances aux autorités où les puits sont situés pour compenser l'épuisement d'une ressource non renouvelable. Au Canada, ces redevances sont perçues par les provinces.

La composition du pétrole brut varie selon sa source. Les principales variables sont la teneur en soufre et la densité. Le prix du brut est établi à un emplacement donné par rapport à sa source, qui sert d'indicateur de type ou de qualité. West Texas Intermediate, North Sea Brent et Saudi Arabian Light sont des bruts semblables et servent de bruts de référence pour établir le prix d'autres types de pétrole brut léger. Un exemple d'un prix de référence serait « West Texas Intermediate à Chicago ».

Le prix du pétrole brut est déterminé par les forces mondiales du marché, selon l'offre et la demande. Les raffineries peuvent conclure des contrats avec des producteurs pour un approvisionnement à long terme à des prix fixes ou acheter sur le marché libre et prendre livraison immédiatement. Ainsi, à n'importe quel moment, des raffineries dans une même région de marché pourraient payer des prix différents pour le brut en raison de différents contrats d'approvisionnement.

B. Activités des raffineries

Le Canada compte 21 raffineries, qui produisent toute une gamme de produits pétroliers. Le tableau ci-dessous présente les données de Statistique Canada sur les grandes catégories de produits, l'utilisation principale de chaque genre de produit et la proportion de la demande de pétrole brut attribuable à chaque catégorie :

—	essence automobile	—	voitures et camions légers	42 %
—	carburant diesel	—	camions routiers et trains	22 %
—	mazout lourd	—	chauffage pour industries et grands établissements	7 %
—	carburant aviation	—	aéronefs	6 %
—	mazout léger	—	chauffage domestique	6 %
—	autres produits	—	huile lubrifiante, graisse, asphalte et matières premières pétrochimiques, par exemple	17 %

Les raffineries du Canada atlantique sont généralement équipées pour traiter des pétroles bruts légers. Les raffineries peuvent modifier leurs activités pour traiter des pétroles bruts dont la composition varie dans une certaine mesure, ainsi que divers mélanges de produits. En hiver, par exemple, les raffineries produisent moins d'essence automobile et plus de mazout léger pour chauffage domestique.

La capacité des raffineries canadiennes varie de 3 600 à 237 500 barils par jour. La plupart des raffineries appartiennent à des pétrolières intégrées qui possèdent leurs propres puits de production. Certaines, y compris deux des trois raffineries qui servent le Nouveau-Brunswick, appartiennent à des compagnies qui n'ont que des activités en aval, soit des réseaux de commercialisation et de distribution comprenant des points de vente au détail.

La plupart des entreprises de raffinage canadiennes ont conclu des conventions d'échanges réciproques. De tels arrangements permettent à des compagnies comme Shell ou Petro-Canada, qui n'ont pas d'installations de raffinage au Canada atlantique, d'échanger un nombre égal de litres avec la Compagnie Pétrolière Impériale, par exemple, qui a une raffinerie au Canada atlantique. En échange des produits qu'elle fournit dans le Canada atlantique, la Compagnie Pétrolière Impériale pourrait obtenir un volume équivalent de produits dans une autre région où elle n'a pas de raffinerie.

Le pétrole brut est transporté des champs pétrolifères aux raffineries par oléoduc ou par navire-citerne. Les raffineries du Canada atlantique achètent la majeure partie de leur approvisionnement sur le marché international et sont donc alimentées par des navires-citernes, ce qui est plus facile d'un point de vue logistique que de transporter du pétrole de l'ouest du Canada.

Les entreprises de raffinage vendent leurs produits aux détaillants d'essence et aux autres distributeurs de produits pétroliers soit directement des réservoirs de stockage de leur raffinerie, soit au moyen de terminaux de distribution. Habituellement, les produits pétroliers raffinés comme l'essence sont acheminés aux terminaux de distribution par navire-citerne ou par oléoduc. Dans les provinces de l'Atlantique, tous les terminaux sont alimentés par des navires-citernes. Ensuite, les camions-citernes transportent l'essence du terminal ou des installations de remplissage de camions de la raffinerie (appelées « bâtis de chargement ») aux réservoirs de stockage souterrains de chaque point de vente au détail.

C. Secteur de la vente au détail

Les entreprises de raffinage mettent leur produit à la disposition des consommateurs et consommatrices par l'intermédiaire d'une gamme de distributeurs et de points de vente au détail. Les points de vente au détail varient pour ce qui est des aspects suivants.

— *Propriété* : les points de vente peuvent appartenir à des pétrolières intégrées, à des entreprises de raffinage, à des gens d'affaires indépendants à ou à des détaillants à succursales.

— *Exploitation* : les points de vente peuvent être exploités par leur propriétaire ou du personnel employé directement par le propriétaire, ou ils peuvent être loués à un exploitant.

— *Arrangement de vente pour l'essence* : certains détaillants achètent et revendent l'essence et interviennent ainsi dans le prix de vente au détail. Certains points de vente, même des indépendants, vendent de l'essence à commission, et leur fournisseur est propriétaire de l'essence jusqu'à ce qu'elle soit pompée dans le véhicule du consommateur ou de la consommatrice. Lorsqu'il y a de tels arrangements, le détaillant n'intervient pas dans

l'établissement du prix. Au cours d'une guerre des prix, les fournisseurs peuvent passer du système de détaillants qui achètent et revendent à un système de commission pour que ce soit eux et non les détaillants qui subissent le coût de la guerre des prix. À moins de connaître l'étendue des arrangements en matière de commission, il est difficile de déterminer dans quelle mesure les fournisseurs interviennent dans l'établissement des prix.

— *Utilisation d'une marque* : la majorité des détaillants exploitent leur commerce sous la marque de la pétrolière intégrée ou de l'entreprise de raffinage qui prend les arrangements pour les approvisionner. Certaines entreprises indépendantes exploitent leur commerce sous leur propre nom ou sous du grossiste qui les approvisionne.

— *Services complémentaires offerts et niveau de dépendance à l'égard des ventes d'essence* : une majorité de points de vente produisent maintenant d'importants revenus grâce à d'autres secteurs d'activité tels que dépanneur, restaurant, lave-auto ou poste de travail traditionnel.

D. Structure de l'industrie du carburant au Nouveau-Brunswick

Le Nouveau-Brunswick a environ 683 points de vente d'essence au détail. Leur débit moyen est estimé à 1,36 million de litres par année, comparativement à une moyenne canadienne d'environ 2 millions de litres. La pièce 2 donne une ventilation estimée des points de vente par marque et par comté. Plus de 60 % des points de vente affichent les marques Irving et Compagnie Pétrolière Impériale. Moins de 10 % des points de vente tombent dans la catégorie des entreprises indépendantes. Les points de vente indépendants sont ceux qui n'appartiennent pas à des entreprises de raffinage ou de production de pétrole et qui n'affichent pas non plus la marque de telles entreprises. Le Nouveau-Brunswick se situe à l'avant-dernier rang au Canada pour le pourcentage des points de vente indépendants. La pièce 3 compare la part relative des points de vente indépendants dans les 10 provinces. Les données de la pièce 3 proviennent du magazine *Octane* et ne devrait servir qu'à indiquer les tendances.

Deux raffineries assurent la majeure partie de l'approvisionnement de la province. La raffinerie Irving, à Saint John, n'alimente que les points de vente Irving. La majorité des autres points de vente, quelle que soit leur marque, sont alimentés par la raffinerie de la Compagnie Pétrolière Impériale à Dartmouth. La raffinerie Irving est la plus grande au Canada, ayant une capacité de 237 500 barils de brut par jour. La capacité de la raffinerie de la Compagnie Pétrolière Impériale, soit 82 200 barils de brut par jour, se situe dans la moyenne canadienne. Ces raffineries peuvent obtenir le brut à des prix comparables à ceux du reste du Canada.

Aucun point de vente au Nouveau-Brunswick n'est situé très loin d'un terminal de distribution en gros. Il y a des « bâtis de chargement » ou terminaux de distribution à Saint John (Compagnie Pétrolière Impériale), à Chatham (Ultramar) et à Belledune (Shell), qui fournissent généralement toutes les grandes marques sauf Irving. Le nord-ouest de la province est alimenté en partie par la raffinerie Ultramar de Saint-Romuald, au Québec. Le coût de transport de Dartmouth à la plupart des points de vente du Nouveau-Brunswick, y compris le coût de transport maritime vers les terminaux de distribution mentionnés, se situe entre 1 ¢ et 2 ¢ le litre. Les coûts de transport vers les points de vente alimentés par la raffinerie de Saint John sont en général plus bas. Les coûts de transport par camion sont estimés être de 0,4 ¢ à 0,5 ¢ le litre par 100 km.

La pièce 4 donne une définition des principales catégories d'intervenants dans le commerce de l'essence au Nouveau-Brunswick. Dans le présent rapport, le terme « entreprise de raffinage et de commercialisation » désigne tant les pétrolières intégrées qui ont des activités de production, de raffinage et de commercialisation que les pétrolières qui n'ont que des activités de raffinage et de commercialisation.

Pièce 2 — Ventilation des points de vente au détail au Nouveau-Brunswick

Comté	Entreprises majeures et entreprises de raffinage						Distributeurs indépendants							
	Irving	Esso	P-C	Shell	Ultramar	Sous-tot.	CanTire	Coop	Daly's	Greg's	Wilson	Autre	Sous-tot.	Total des points de vente
Albert	3	4	0	2	4	13	0	0	0	0	1	0	1	14
Carleton	15	5	2	0	0	22	1	2	0	0	0	3	6	28
Charlotte	13	4	2	0	0	19	1	0	0	0	0	0	1	20
Gloucester	31	27	12	18	13	101	0	5	0	0	0	0	5	106
Kent	11	21	0	4	3	39	0	4	0	0	0	1	5	44
Kings	18	8	1	4	4	35	0	2	2	0	0	0	4	39
Madawaska	8	8	3	0	4	23	0	0	0	3	0	0	3	26
Northumberland	14	14	7	5	9	49	0	3	0	1	0	3	7	56
Queens	12	7	0	1	2	22	0	0	0	1	0	0	1	23
Restigouche	14	8	3	3	7	35	0	1	0	0	0	1	2	37
Saint John	39	9	2	4	4	58	1	3	3	1	1	1	10	68
Sunbury	6	6	3	2	1	18	0	1	0	0	1	0	2	20
Victoria	11	3	1	0	2	17	0	1	0	0	0	1	2	19
Westmorland	28	29	9	10	15	91	2	4	0	3	2	0	11	102
York	23	25	7	13	10	78	1	2	0	0	0	0	3	81
Total	246	178	52	66	78	620	6	28	5	9	5	10	63	683

Notes :

Esso et Metro sont combinées parce que Metro est une succursale en propriété exclusive de Esso.

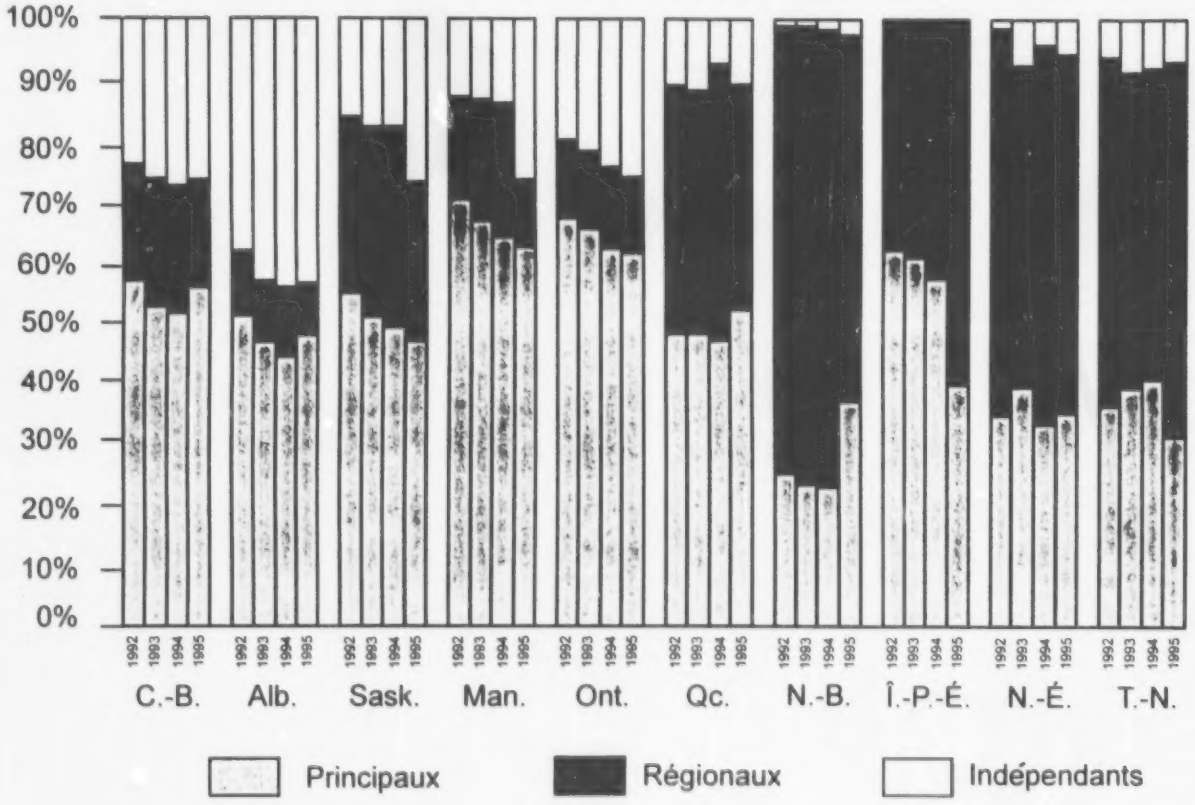
Les autres entreprises indépendantes comprennent Small Town Fuels, Manco et d'autres entreprises indépendantes non affiliées.

La pièce a été produite à partir de sources secondaires de données, dont chacune a certaines limitations.

Les lectrices et lecteurs devraient être avertis que des stations-services sont ouvertes, sont fermées et changent de marque régulièrement, de sorte que les données de la présente pièce sont rapidement périmées.

Source : Enquêtes du MRNE.

Pièce 3 — Répartition des points de vente par province



Source: Octane

Pièce 4
Intervenants de l'industrie pétrolière et définitions

Pétrolières intégrées	Il s'agit typiquement d'importantes multinationales qui : — produisent du pétrole brut à partir de leurs propres puits ; — raffinent le brut en une variété de produits, y compris l'essence ; — exploitent des terminaux de distribution ou « bâtis de chargement », formés habituellement de grands réservoirs en vrac appelés parc de stockage, situés dans un terminal permettant de décharger les navires-citernes ; — font la commercialisation de l'essence dans des points de vente leur appartenant et dans des points de vente appartenant à d'autres entreprises ou particuliers. Les points de vente appartenant aux pétrolières intégrées sont généralement exploités sous le nom de celles-ci. Les points de vente indépendants peuvent être exploités sous le nom d'une des marques principales ou sous le nom d'une marque indépendante. Les pétrolières intégrées en activité au Nouveau-Brunswick sont Compagnie Pétrolière Impériale, Shell et Petro-Canada. Metro est une marque qui appartient à Compagnie Pétrolière Impériale.
Entreprises de raffinage et de commercialisation et entreprises de raffinage régionales	Ces compagnies diffèrent des pétrolières intégrées seulement en ce qu'elles n'ont pas d'exploitations de production de pétrole. Elles achètent du pétrole brut sur le marché mondial pour leurs exploitations de raffinage. Les entreprises de raffinage et de commercialisation en activité au Nouveau-Brunswick sont Ultramar et Irving Oil. XL et Turbo sont des marques appartenant à Ultramar.
Entreprises indépendantes sous marque	Il s'agit d'entreprises de commercialisation d'essence indépendantes qui possèdent un point de vente ou plus et qui achètent de l'essence d'une entreprise de raffinage et de commercialisation ou d'une pétrolière intégrée. Ces points de vente sont exploités sous la marque de l'entreprise de raffinage et de commercialisation ou de la pétrolière intégrée qui les approvisionne. Ils ont généralement des ententes pluriannuelles avec leur fournisseur selon lesquelles ils acceptent de n'acheter que de ce fournisseur. Celui-ci investit souvent dans des affiches, de l'équipement ou des améliorations aux installations en échange de l'engagement d'achat à long terme.
Entreprises indépendantes sans marque	Il s'agit d'entreprises de commercialisation d'essence indépendantes qui possèdent ou approvisionnent un point de vente ou plus et qui achètent de l'essence d'une entreprise de raffinage et de commercialisation ou d'une pétrolière intégrée. Ni ces entreprises ni leurs clients n'exploitent d'entreprise sous la marque d'une entreprise de raffinage et de commercialisation ou d'une pétrolière intégrée. Coop, Canadian Tire, Wilson, Greg's et Daly's sont des exemples d'entreprises indépendantes sans marque.

Dans le rapport, l'expression « entreprise de raffinage et de commercialisation » désigne à la fois les entreprises de raffinage et de commercialisation et les pétrolières intégrées. Lorsque l'expression « entreprise indépendante » est utilisée, elle désigne les entreprises indépendantes sans marque.

III Examen des éléments des prix de 1989 à 1996

Le présent chapitre présente des données comparatives sur les prix de détail, les marges bénéficiaires pour les détaillants, les taxes, les coûts et les marges de raffinage et de commercialisation ainsi que les coûts du brut de 1989 à 1996.

La source principale de données sur les prix et les marges bénéficiaires de l'industrie de l'essence est Ressources naturelles Canada, ou RNCan. Depuis 1986, RNCan compile mensuellement des données sur les prix et les marges bénéficiaires pour la plus grande ville de chaque province canadienne, en se fiant aux données fournies par chaque province. Chaque pétrolière qui a comparu devant le comité s'est servi des statistiques de RNCan pour appuyer ses arguments. Toutefois, il est important de reconnaître que les données ne proviennent que des grands centres, ne représentent pas les moyennes provinciales et ne permettent pas de calculer les moyennes nationales. Il faut donc user de la prudence qui convient pour tirer des données des conclusions au sujet de la situation provinciale.

A. Prix de détail, taxes en sus

1. Saint John

Des données de RNCan qui comparent les prix à Saint John à la moyenne des prix dans la plus grande ville de chaque province constituent les pièces 5 et 6. Sauf pendant une période de distorsion à l'époque de la guerre du Golfe, le prix à Saint John, taxes en sus, varie de 28 ¢ à 35 ¢ le litre depuis 1989. Les pièces indiquent que, si le prix à Saint John en 1989 et en 1990 était semblable à la moyenne dans les grandes villes, un écart a commencé à se manifester en septembre 1991. Comme l'indique la pièce 6, l'écart entre le prix à Saint John et la moyenne dans les grandes villes a augmenté de 1991 à 1995 et s'est élevé en moyenne à plus de 4 ¢ le litre. L'écart a diminué et a peut-être disparu en 1996, période pendant laquelle des guerres de prix intenses et prolongées ont eu lieu sur des marchés choisis de la province. L'annexe D fournit diverses autres analyses des prix incluant et excluant les taxes, qui comparent la moyenne du prix à Saint John et la moyenne du prix de détail au Nouveau-Brunswick avec celles de diverses autres villes et d'autres ressorts.

2. Moyenne au Nouveau-Brunswick

Il est difficile de comparer la moyenne des prix provinciaux entre le Nouveau-Brunswick et d'autres provinces parce que les données sont insuffisantes. Le ministère des Ressources naturelles et de l'Énergie mène des enquêtes sur les prix pour le Nouveau-Brunswick et la Nouvelle-Écosse. Seuls l'Ontario, le Manitoba et la Colombie-Britannique étaient en mesure de fournir des données sur la moyenne provinciale.

La pièce 7 fait état des données sur la moyenne provinciale pour la Nouvelle-Écosse, l'Ontario, le Manitoba et la Colombie-Britannique en 1994, en 1995 et jusqu'à la fin d'août 1996. La pièce indique les écarts entre la moyenne des prix dans les grands centres et la moyenne des prix provinciaux ainsi que les écarts entre les provinces.

En 1994, 1995 et 1996, la moyenne provinciale des prix, taxes en sus, au Nouveau-Brunswick a été considérablement plus élevée que les moyennes de la Nouvelle-Écosse et de l'Ontario mais comparable à celle du Manitoba. En 1994, la moyenne néo-brunswickoise était supérieure de 2,4 ¢ le litre à la moyenne néo-écossaise et de 4,1 ¢ à la moyenne ontarienne. En 1995, la moyenne néo-brunswickoise était supérieure de 6,4 ¢ le litre à la moyenne néo-écossaise et de 4,8 ¢ à la moyenne ontarienne.

Si l'on se reporte de nouveau à la pièce 7, les écarts entre les moyennes dans les grands centres et les moyennes provinciales donnent une indication de l'aptitude des moyennes des grands centres à refléter les conditions provinciales moyennes. En Ontario, en Nouvelle-Écosse, au Manitoba et en Colombie-Britannique, l'écart entre la moyenne provinciale et celle des grands centres était d'environ 2 ¢ le litre. Au Nouveau-Brunswick, par contre, le prix à Saint John a suivi de près le prix moyen de la province, comme le montre la pièce 8. Donc, bien que le prix de Saint John soit sensiblement comparable à la moyenne provinciale du Nouveau-Brunswick, le prix des grands centres semble moins représentatif des prix moyens dans les autres provinces.

B. Coût du brut

La pièce 9 compare le prix de détail, taxes en sus, à Saint John et le coût du pétrole brut. Selon les données de RNCan, le coût du brut a oscillé entre 11 ¢ et 19 ¢ le litre de 1989 à la mi-1996, sauf pendant la guerre du Golfe. Au cours de la période, le coût du brut s'est habituellement situé à moins de 30 % du prix de détail total du carburant, taxes comprises.

C. Marges bénéficiaires pour les détaillants

La comparaison de la marge bénéficiaire pour le détaillant à Saint John et de la marge bénéficiaire moyenne pour les détaillants dans les autres grandes villes du Canada est présentée dans la pièce 10. La pièce 11 établit la comparaison des marges bénéficiaires pour les détaillants à Saint John, à St. John's, à Halifax et à Charlottetown. Les deux graphiques indiquent que la marge bénéficiaire à Saint John est relativement constante, se situant en moyenne à un peu plus de 4 ¢ le litre, sauf pour ce qui est de la première moitié de 1996, période pendant laquelle elle est tombée sous 4 ¢. Dans les autres grands centres, dans l'ensemble, la tendance a été à la baisse pour la majeure partie de la période. La marge moyenne a diminué pour se situer à près de 3 ¢ le litre en 1994 et en 1995 ; elle a quelque peu augmenté en 1996 mais est demeurée en dessous du niveau de Saint John. Les marges bénéficiaires pour les détaillants à Saint John sont semblables ou inférieures à celles de St. John's et de Charlottetown depuis 1991. Elles on été inférieures à celle de Halifax de 1991 jusqu'au début de 1993. Depuis mars 1993, les marges bénéficiaires pour les détaillants à Halifax sont bon an mal an inférieures à celles à Saint John. Les marges bénéficiaires dans d'autres grandes villes canadiennes, comparativement à Saint John, sont indiquées dans l'annexe D.

D. Taxes

La pièce 12 présente les niveaux de taxe provinciale, par province, de 1989 à 1996. Le taux de taxe au Nouveau-Brunswick est de 10,7 ¢ le litre, comparativement à 13,5 ¢ le litre en Nouvelle-Écosse et à une moyenne de 14,9 ¢ au Canada. En plus de la taxe provinciale, il y a une taxe fédérale qui était en moyenne de 13,7 ¢ le litre pour les 10 grands centres au pays en 1996. L'annexe D donne les comparaisons de taxe par province et par rapport au Maine de 1989 à 1996.

E. Coûts et marges de raffinage et de commercialisation

RNCan calcule une valeur appelée « coûts et marges de raffinage et de commercialisation » en soustrayant le coût publié du brut, des taxes et des marges bénéficiaires pour les détaillants (provenant d'enquêtes) des prix au détail signalés dans son enquête mensuelle auprès des 10 grandes villes. La pièce 13 donne une comparaison de cette valeur pour Saint John par rapport aux autres grandes villes canadiennes. La pièce 14 compare Saint John à Halifax, à Montréal et à Toronto. Les coûts et les marges de raffinage et de commercialisation sont constamment plus élevés à Saint John de 1992 à 1995 comparativement à la moyenne des grands centres et des autres grandes villes indiquées à la pièce 14. En 1996, l'écart entre Saint John et d'autres centres a diminué.

F. Aperçu de tous les éléments des prix

Les écarts dans les éléments des prix entre Saint John et les autres grandes villes sont chiffrées à la pièce 15 en utilisant des données pour les six premiers mois de chaque année, de 1992 à 1996. L'écart entre la marge bénéficiaire pour le détaillant à Saint John plus les coûts et les marges de raffinage et de commercialisation s'élevait en moyenne à plus de 4 ¢ le litre de 1992 à 1996. La pièce 16 donne les données moyennes des prix au détail, des taxes et des marges bénéficiaires pour les 10 grandes villes qui ont fait l'objet de l'enquête de RNCan ainsi que la moyenne de masse volumique pour les 10 grandes villes.

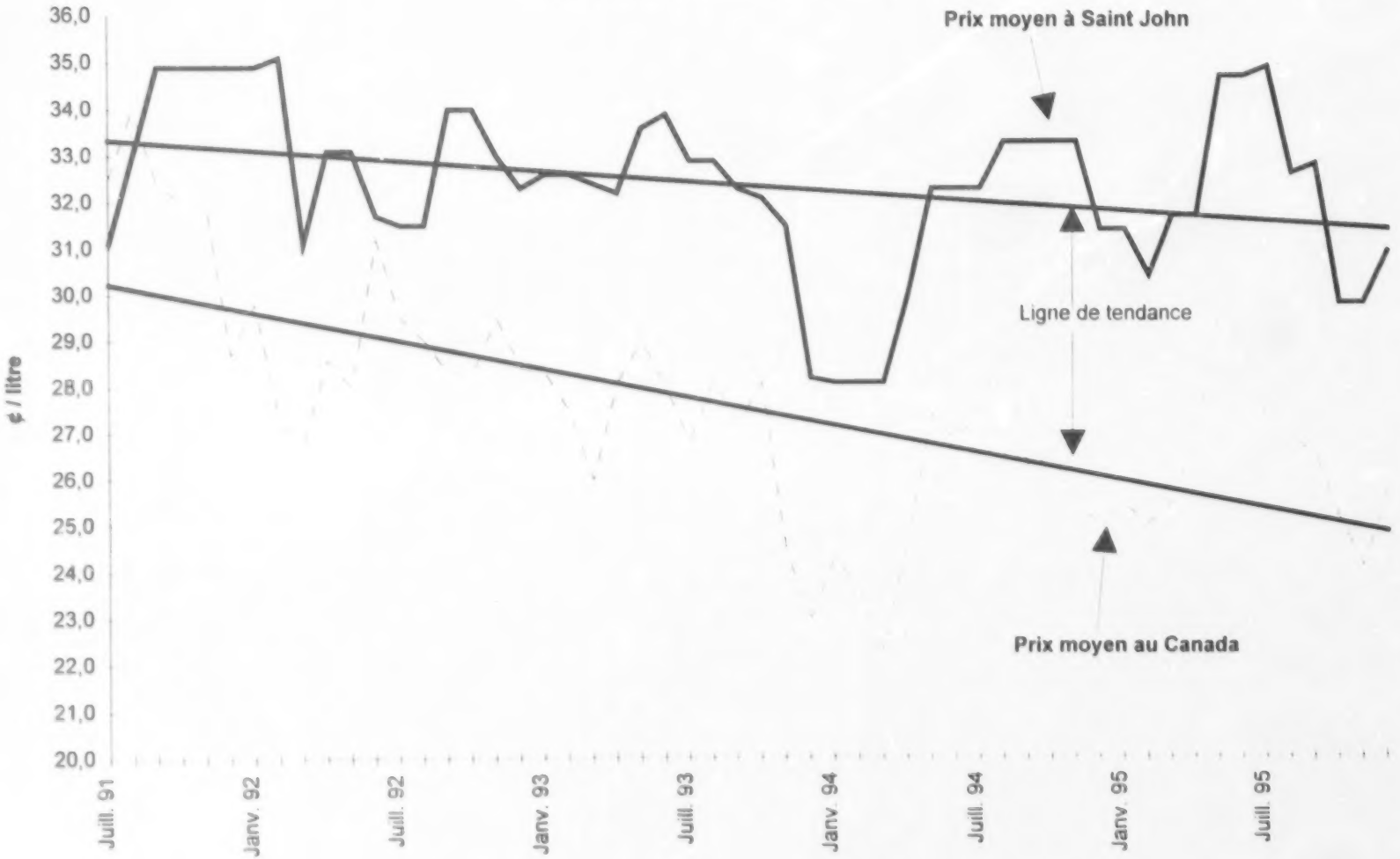
G. Diversité des prix au Nouveau-Brunswick

La pièce 17 donne la moyenne annuelle du prix incluant la taxe au Nouveau-Brunswick de 1992 à 1996 et le pourcentage d'indépendants par comté. La pièce illustre le degré de variation dans les prix d'un comté à l'autre et dans quelle mesure les prix relatifs fluctuent avec le temps. Par exemple, en 1992, la moyenne du prix à Moncton était de 5,3 ¢ le litre plus élevé que celle à Fredericton. En 1996, le prix à Moncton était de 1,8 ¢ le litre inférieur au prix à Fredericton. L'écart entre le marché ayant les prix moyens annuels les plus bas et le marché ayant les prix moyens annuels les plus élevés était de 8,9 ¢, de 5,5 ¢, de 3,3 ¢, de 3,5 ¢ et de 5,8 ¢ par litre respectivement de 1992 à août 1996 respectivement.

Pièce 5 — Moyenne des prix de détail à Saint John et au Canada, taxes en sus, 1989-1996

Note : La moyenne canadienne est prise sur 10 grandes villes.
Source : RNCan.

Pièce 6 — Moyenne des prix de détail à Saint John et au Canada, taxes en sus, de juillet 1991 à décembre 1995



Note : La moyenne canadienne est prise sur 10 grandes villes.
Source : RNCan

Pièce 7 — Écart de prix entre la moyenne dans les grands centres urbains et la moyenne provinciale

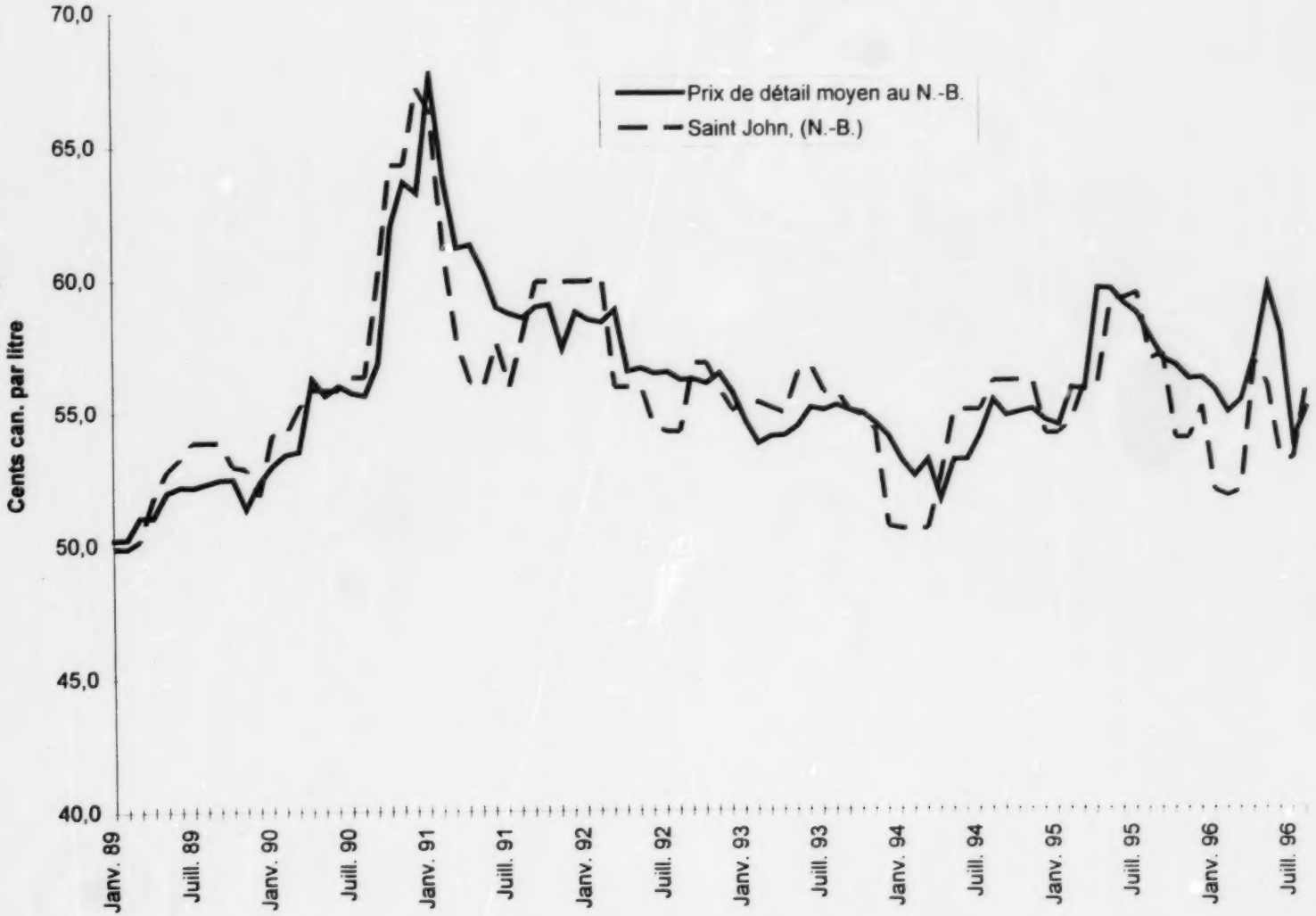
	¢ / litre					
	Taxes comprises			Taxes en sus		
	1994	1995	1996 jusqu'ici	1994	1995	1996 jusqu'ici
Nouveau-Brunswick						
Saint John	54,1	56,4	53,9	31,4	32,2	29,6
Moy. prov.	53,9	57,2	56,6	31,3	33,1	32,3
Écart	0,1	(0,9)	(2,7)	0,1	(0,8)	(2,7)
Nouvelle-Écosse						
Halifax	52,1	54,1	53,2	27,1	27,3	26,2
Moy. prov.	53,7	56,5	56,4	28,8	29,6	29,4
Écart	(1,6)	(2,4)	(3,2)	(1,8)	(2,2)	(3,2)
Ontario						
Toronto	50,1	52,9	55,3	23,6	24,5	27,0
Moy. prov.	52,4	56,3	58,8	27,1	28,2	30,5
Écart	(2,3)	(3,4)	(3,5)	(3,5)	(3,7)	(3,5)
Manitoba						
Winnipeg	55,2	54,4	56,0	31,8	29,5	30,8
Moy. prov.	55,0	57,3	59,4	31,6	32,4	34,1
Écart	0,2	(2,9)	(3,4)	0,2	(2,9)	(3,4)
Colombie-Britannique						
Vancouver	57,0		59,0	31,5		30,0
Moy. prov.	51,4		58,8	29,1		33,0
Écart	5,6		0,2	2,4		(3,0)

Les données datent du 12 mai 1993 et du 12 avril 1996.
Vancouver a une taxe de transport de 4 ¢ le litre.

Source :

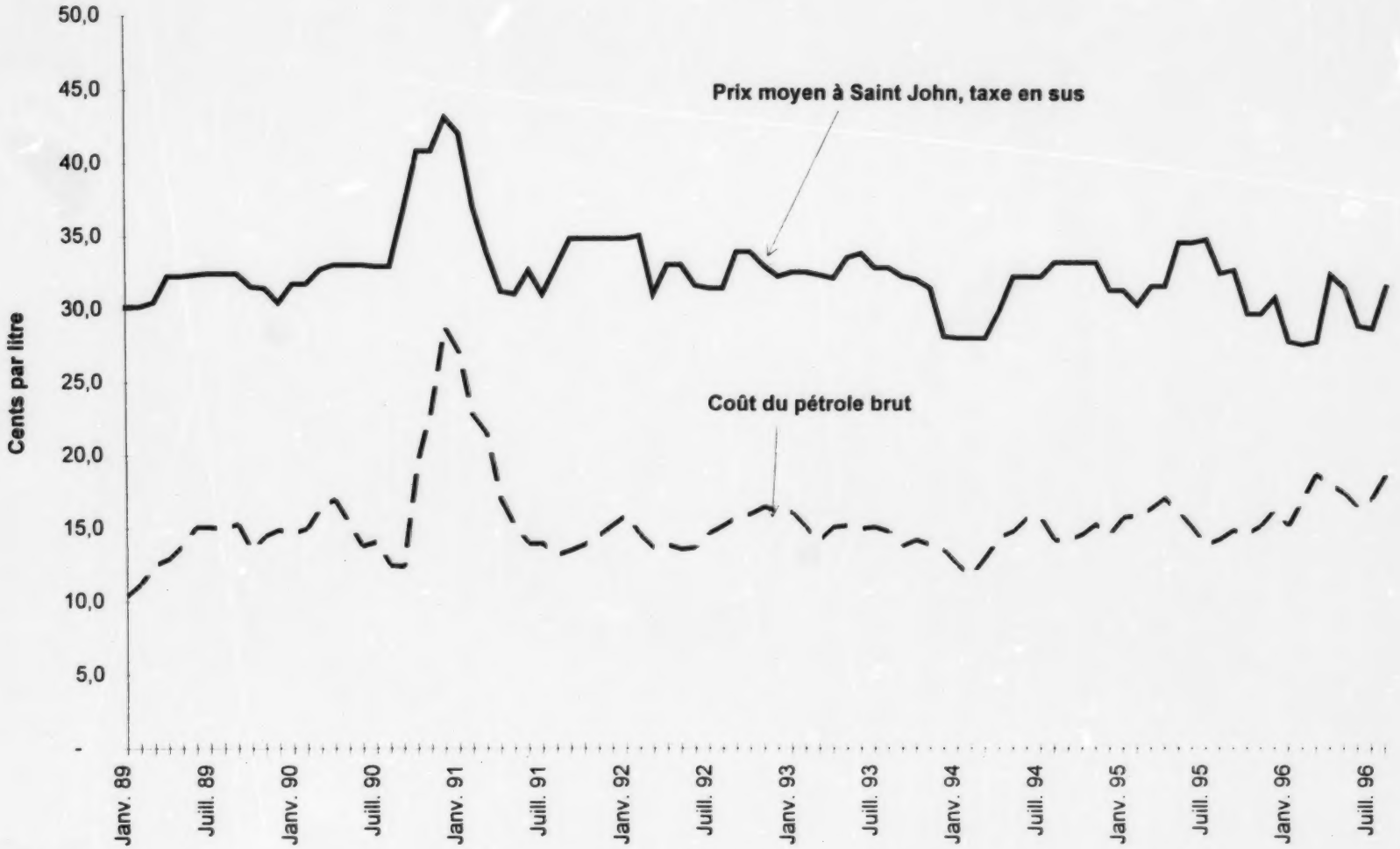
Nouveau-Brunswick et Nouvelle-Écosse : Enquêtes du MRNENB, MRNNE.
Ontario : Ministère de l'Énergie de l'Ontario, RNCan.
Manitoba : Consommation et Corporations Manitoba.
Colombie-Britannique : Utilities Commission de la C.-B., enquête sur les prix de l'essence en C.-B.

Pièce 8 — Moyenne des prix de détail au Nouveau-Brunswick et à Saint John, taxes comprises ($ Can.), 1989 - 1996



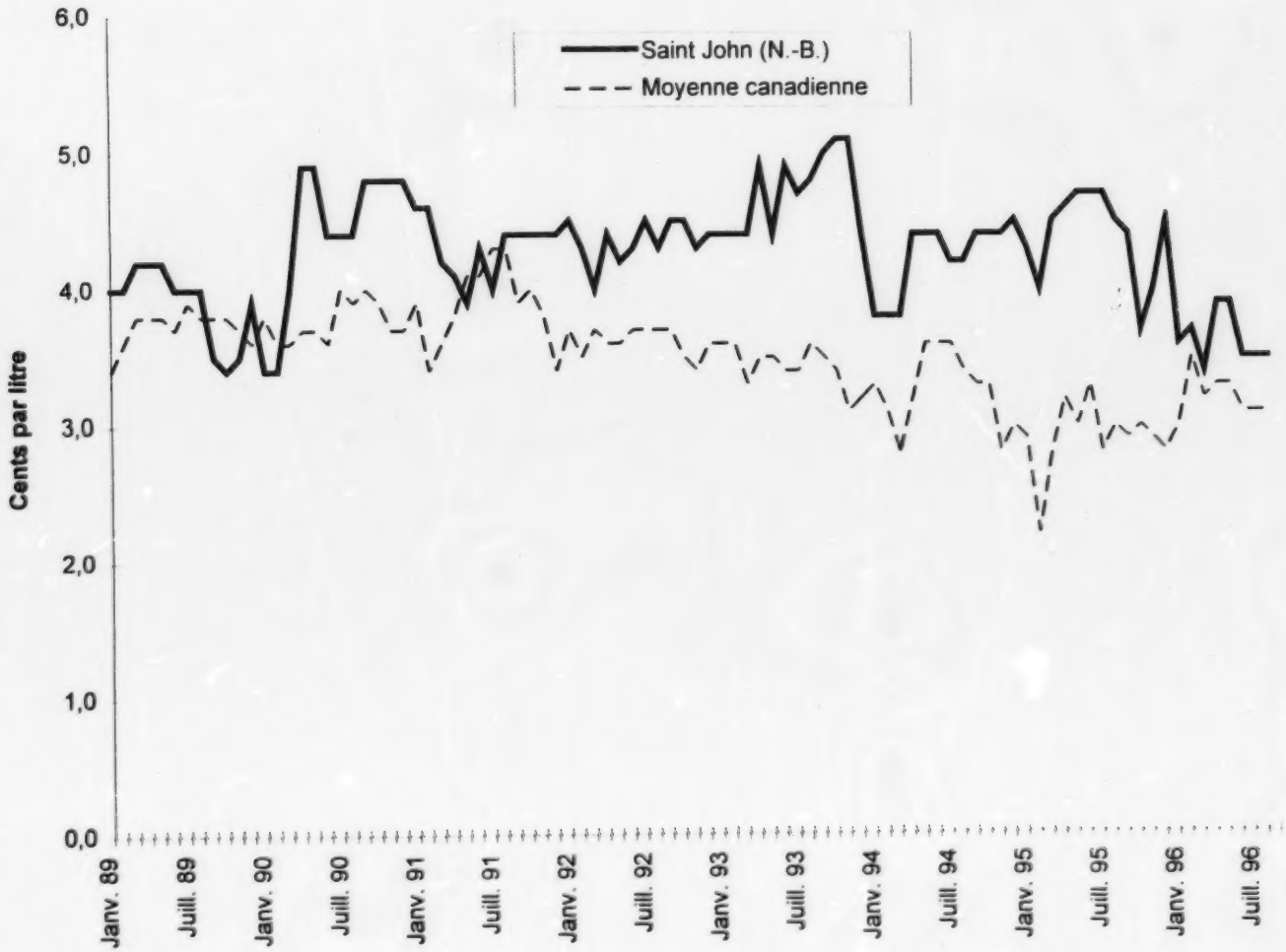
La moyenne des prix de détail au Nouveau-Brunswick est prise sur les 11 principales municipalités de la province.
Source : Enquêtes du MRNE.

Pièce 9 — Moyenne des prix de détail, taxe en sus, à Saint John et coût du brut à la livraison, 1989-1996



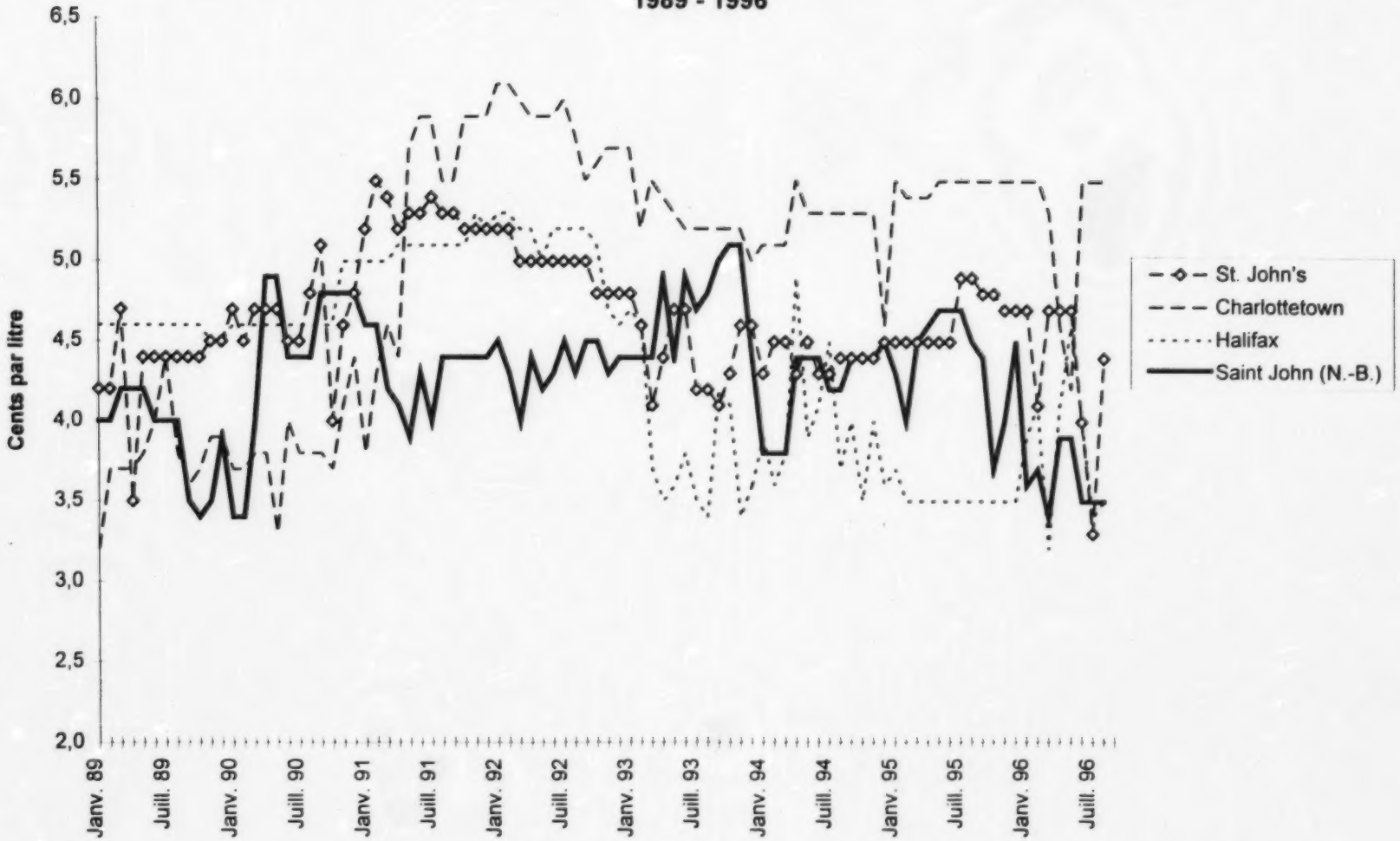
Source : RNCan.

Pièce 10 — Moyenne de la marge bénéficiaire pour le détaillant à Saint John (N.-B.) et au Canada, 1989 - 1996



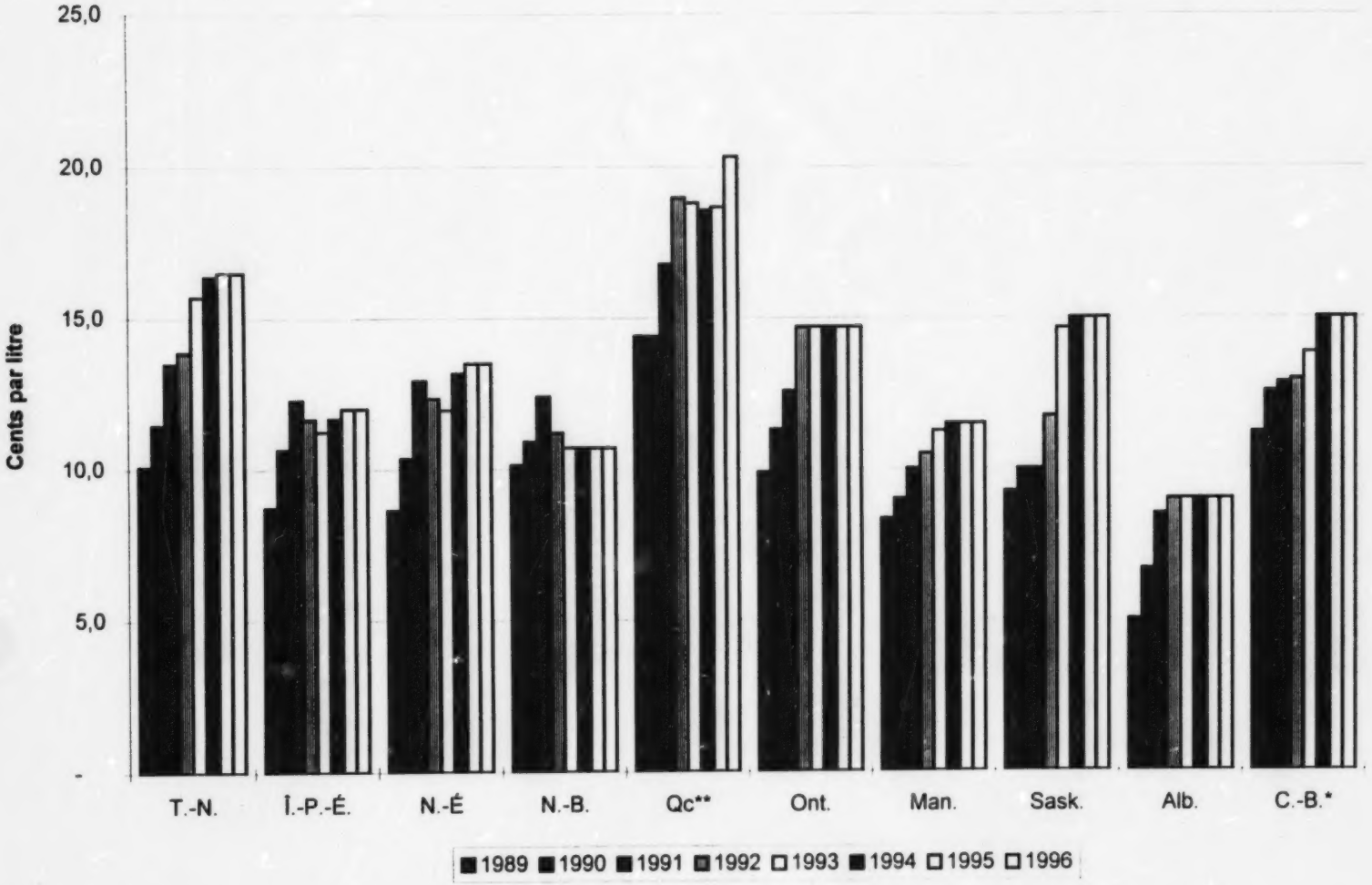
Source : RNCan.

Pièce 11 — Moyenne de la marge bénéficiaire pour le détaillant à Saint John (N.-B.) et moyenne de la marge bénéficiaire pour le détaillant dans d'autres villes de l'Atlantique, 1989 - 1996



Source : RNCan.

Pièce 12 — Taxes provinciales sur les carburants

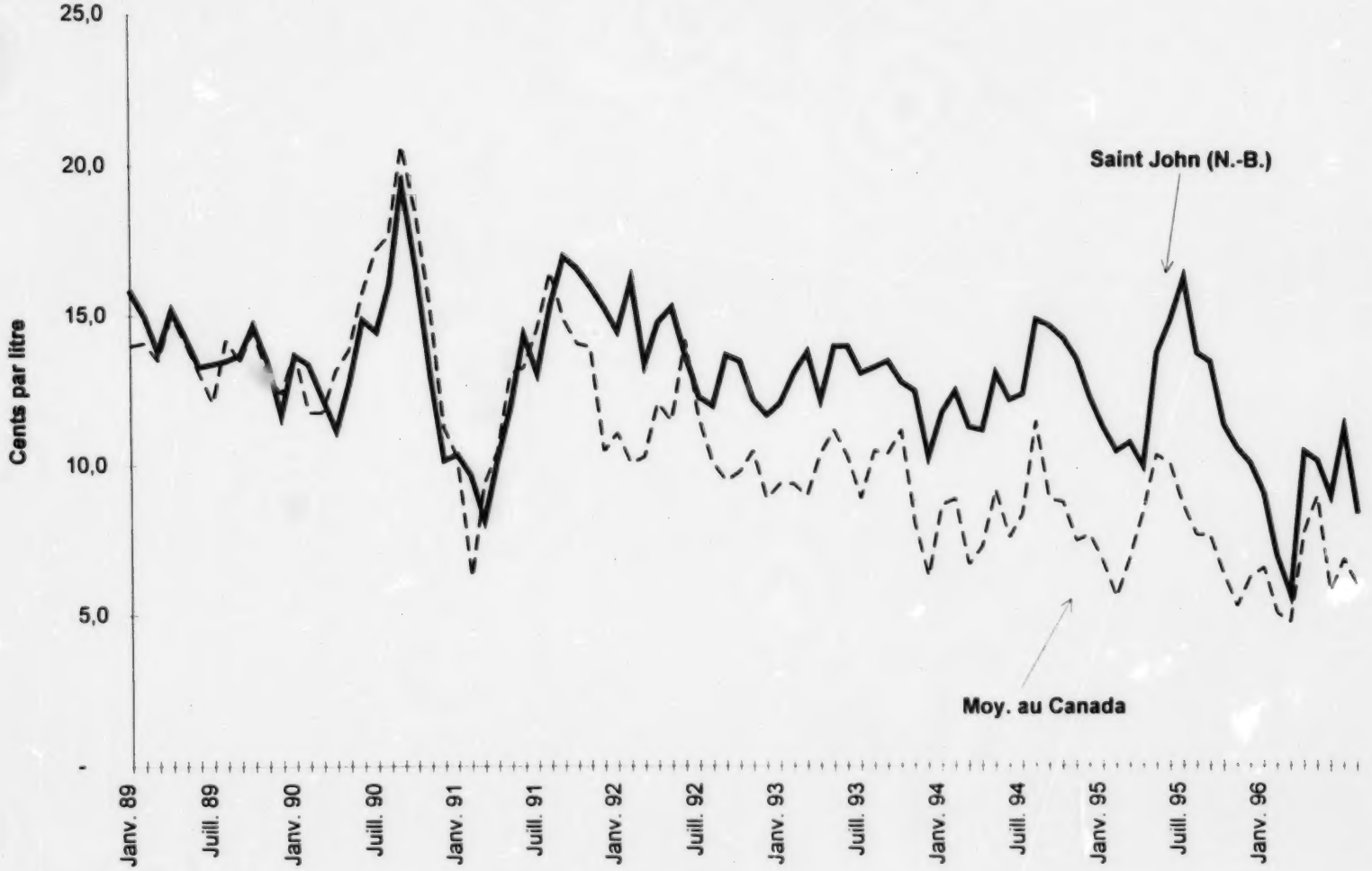


* Comprend la taxe de transport de Vancouver.

** Comprend la taxe de transport de 1,5 ¢ le litre entrée en vigueur à Montréal en février 1996.

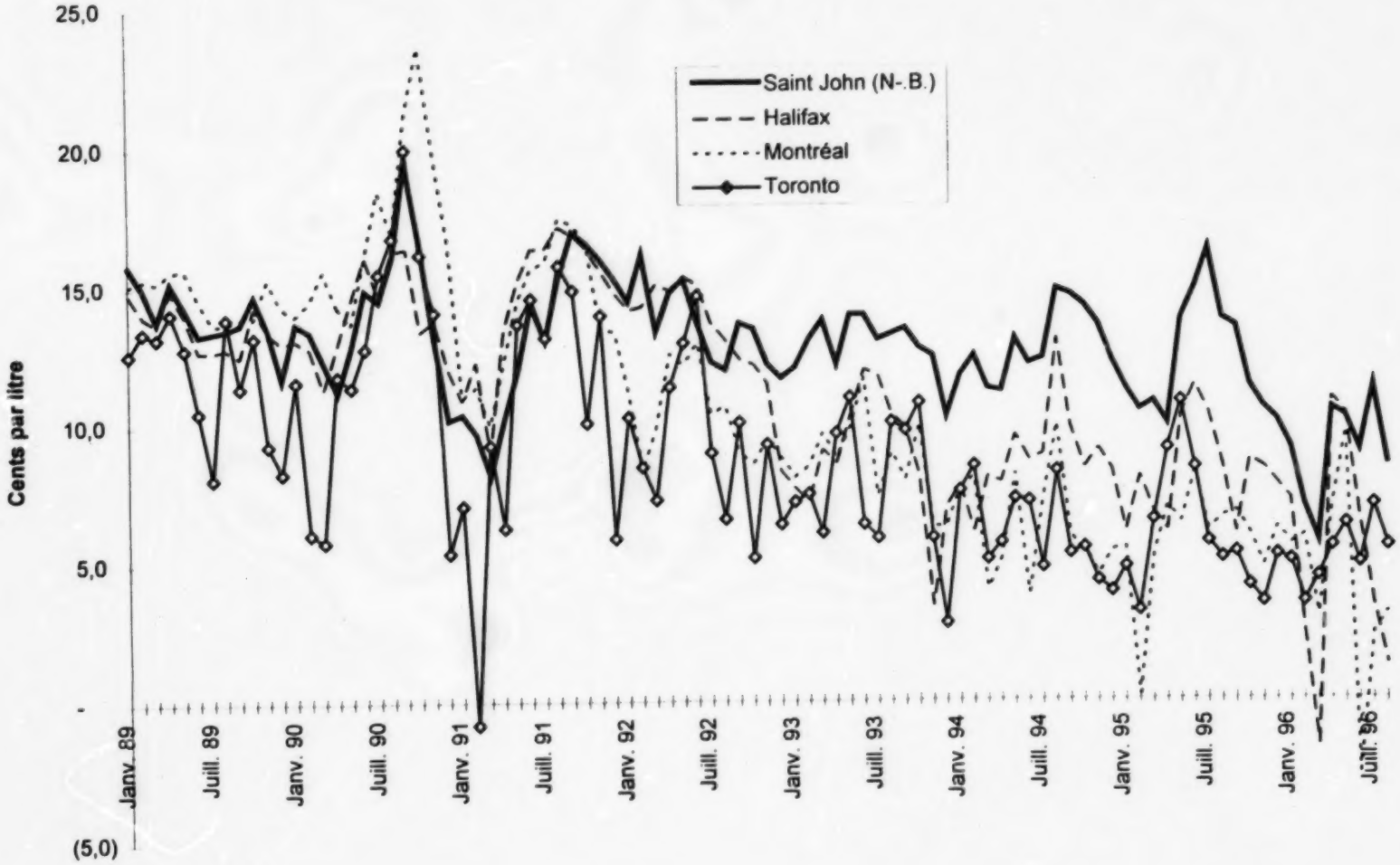
Source : RNCan.

Pièce 13 — Coûts et marges de raffinage et de commercialisation à Saint John comparés à la moyenne au Canada, 1989 - 1996



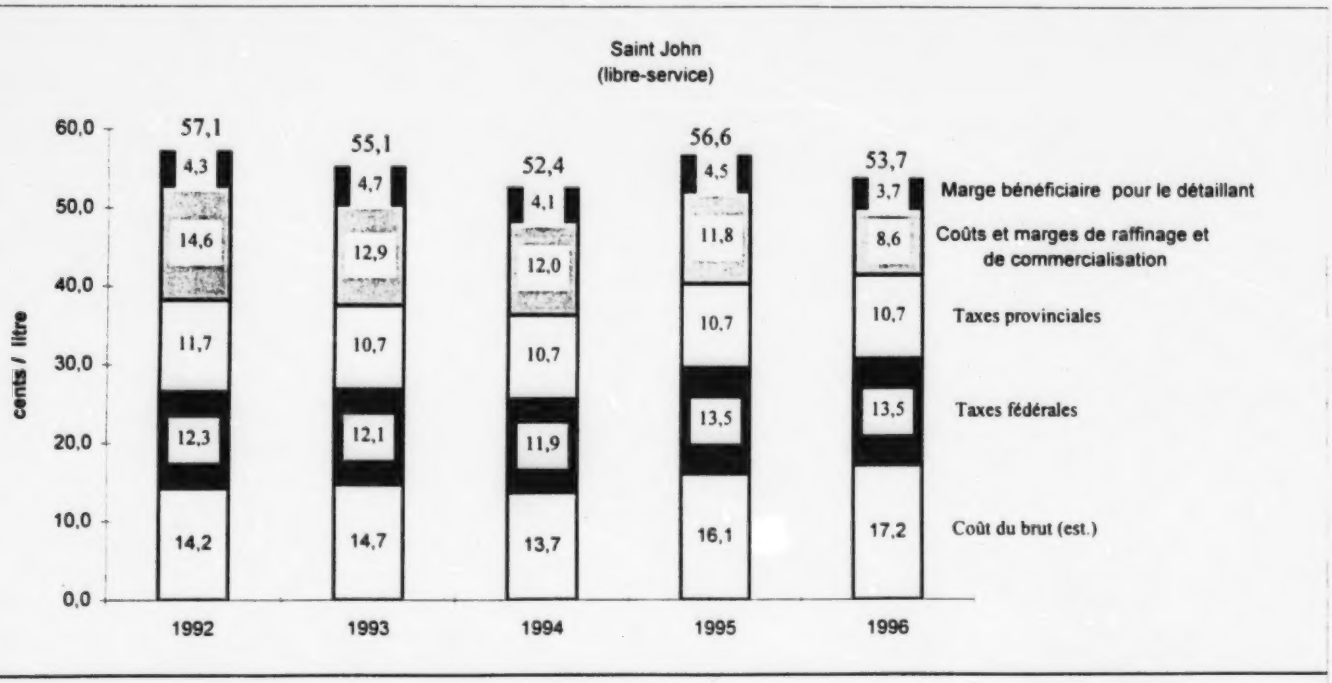
La moyenne canadienne est prise sur 10 grandes villes.
Source : RNCan.

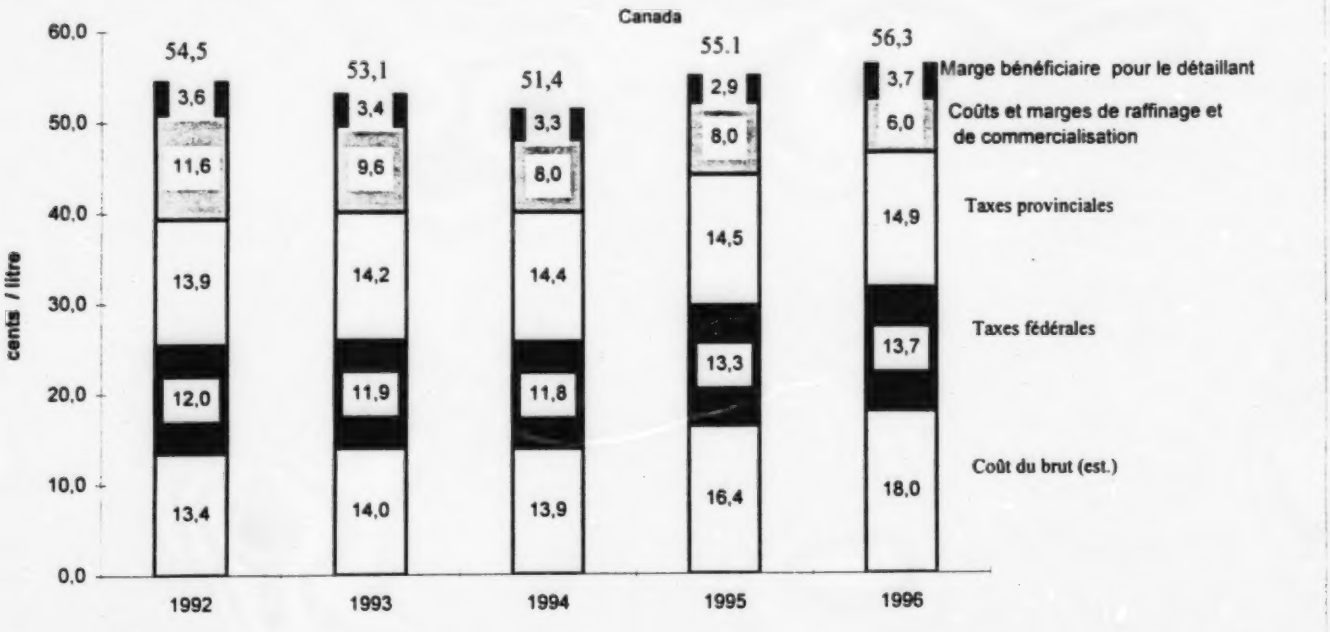
Pièce 14 — Coûts et marges de raffinage et de commercialisation à Saint John et dans d'autres grandes villes, 1989 - 1996



Source : RNCan.

Pièce 15 — Moyenne à Saint John et dans 10 grandes villes : ventilation des prix, 1992-1996





Sommaire des écarts entre Saint John et le Canada :
marge bénéficiaire pour le détaillant plus coûts et marges de raffinage et de commercialisation (cents par litre)

	1992	1993	1994	1995	1996
Saint John (N.-B.)	18,9	17,6	16,1	16,3	12,3
Moyenne au Canada	15,2	13	11,3	10,9	9,7
Écart	3,7	4,6	4,8	5,4	2,6

Note : Premiers six mois de chaque année seulement.
Source : RNCan.

Pièce 16 —Taxes, prix de détail et marges bénéficiaires par marché principal, 1989 à 1996
Cents par litre

		St. John's	Ctown	Halifax	Saint John	Mtrl	Tor.	W'peg	Regina	Calg.	Vanc.	Moy. 10 villes
1992-1996	Taxes	28,7	24,5	25,4	23,4	31,5	27,1	23,7	26,8	21,1	27,0	26,8
	Prix	59,6	57,9	53,7	55,3	57,7	52,4	53,0	54,0	48,0	55,9	54,1
	Marge	15,8	18,2	13,2	16,7	10,7	9,9	14,7	12,6	12,5	13,7	12,0
1996 Cum.	Taxes	30,4	25,9	27,0	24,3	34,0	28,3	25,2	28,9	22,4	28,9	28,5
	Prix	59,1	58,7	53,2	54,3	59,6	55,3	56,8	58,4	51,1	60,0	56,4
	Marge	11,6	15,5	8,9	12,7	7,7	8,3	13,6	11,7	11,2	12,7	9,7
1995	Taxes	30,5	25,8	26,9	24,3	32,0	28,0	25,0	28,6	22,1	28,6	27,8
	Prix	62,7	59,2	54,1	56,4	56,7	52,5	54,5	56,8	49,0	57,8	54,1
	Marge	17,0	18,0	11,7	16,6	8,7	8,2	14,0	12,8	11,8	13,2	10,4
1994	Taxes	28,8	23,8	25,1	22,7	30,4	26,5	23,5	27,1	20,6	27,1	26,3
	Prix	59,1	55,3	52,1	54,1	55,1	50,1	52,6	55,7	47,2	55,2	52,5
	Marge	16,3	17,3	12,8	17,1	9,9	8,8	15,0	14,5	12,8	13,5	11,7
1993	Taxes	27,9	23,4	23,8	22,8	30,8	26,6	23,2	26,6	20,5	25,9	26,1
	Prix	56,6	56,1	50,9	55,1	57,7	51,4	51,7	52,4	46,5	54,4	53,1
	Marge	14,1	18,1	12,6	17,6	12,2	10,8	15,4	12,6	12,8	14,5	13,0
1992	Taxes	26,3	24,1	24,7	23,4	31,1	26,7	22,3	23,4	20,6	24,9	25,9
	Prix	60,2	60,4	58,1	56,3	60,3	53,6	50,8	48,4	47,3	53,3	54,6
	Marge	18,9	21,3	18,5	18,0	14,2	12,6	15,0	11,4	13,3	14,1	14,4
1991	Taxes	26,1	24,9	25,5	24,8	29,2	24,6	21,9	21,6	20,2	25,0	24,7
	Prix	63,0	62,7	61,9	59,1	64,4	54,6	52,4	47,2	48,4	55,9	56,8
	Marge	20,1	21,0	19,6	17,5	18,3	13,9	15,9	11,0	13,7	14,8	16,2
1990	Taxes	23,6	22,8	22,5	23,1	26,6	23,5	21,2	22,2	18,8	24,7	23,5
	Prix	62,0	58,5	58,0	58,4	63,4	55,7	55,6	54,8	54,3	61,9	58,7
	Marge	21,4	18,7	18,6	18,4	20,9	15,7	18,0	16,2	19,3	20,6	18,9
1989	Taxes	20,7	19,3	19,2	20,7	25,0	20,5	18,9	19,8	15,6	21,8	20,9
	Prix	54,9	52,0	51,1	52,3	57,0	49,2	48,5	49,2	45,4	52,4	51,7
	Marge	20,6	19,0	18,2	17,9	18,5	15,2	16,1	16,0	16,7	17,2	17,4

Notes : Les taxes correspondent à la taxe fédérale moyenne et à la taxe provinciale moyenne mises ensemble, pour la période indiquée.
Le prix correspond à la moyenne pour la période indiquée.
La marge correspond à la moyenne de la marge bénéficiaire pour le détaillant ainsi que des coûts et des marges de raffinage et de commercialisation pour la période indiquée.
La moyenne dans les 10 villes est mesurée selon le volume.
1996 Cum. correspond au cumul de l'année, de janvier au 31 juillet.
Source : RNCan.

Pièce 17 — Structure de l'industrie de vente au détail de l'essence au Nouveau-Brunswick

Comté	Nombre de points de vente						Grand centre	Prix moyen				
	Entreprises non indépendantes		Entreprises indépendantes		Total			1992	1993	1994	1995	1996
	Nbre	% des points de vente dans le comté	Nbre	% des points de vente dans le comté	Nbre	% du total des points de vente		¢ / litre				
Albert	13	93%	1	7%	14	2%						
Carleton	24	86%	4	14%	28	4%	**Woodstock**	56,0	55,7	54,0	57,7	55,7
Charlotte	19	95%	1	5%	20	3%	**St. Stephen**	56,0	56,6	55,3	57,9	56,6
Gloucester	106	100%	0	0%	106	16%	**Bathurst**	60,0	54,2	53,8	58,8	54,2
Kent	43	98%	1	2%	44	6%	**Richibucto**					56,9
Kings	37	95%	2	5%	39	6%	**Sussex**	57,0	56,0	54,7	57,1	56,0
Madawaska	23	88%	3	12%	26	4%	**Edmundston**	51,1	51,1	52,0	56,2	51,1
Northumberland	52	93%	4	7%	56	8%	**Miramichi**	59,0	55,4	53,6	57,3	55,4
Queens	22	96%	1	4%	23	3%	**Minto**					55,9
Restigouche	36	97%	1	3%	37	5%	**Campbellton**	58,5	53,5	53,5	57,7	53,5
Saint John	61	90%	7	10%	68	10%	**Saint John**	56,9	55,3	53,8	56,6	55,3
Sunbury	19	95%	1	5%	20	3%	**Oromocto**					55,9
Victoria	18	95%	1	5%	19	3%	**Grand-Sault**					55,6
Westmorland	95	93%	7	7%	102	15%	**Moncton**	59,6	54,6	52,5	55,3	54,6
York	80	99%	1	1%	81	12%	**Fredericton**	54,3	53,7	54,1	56,5	53,7
Total	648	95%	35	5%	683	100%	**Moy. du N.-B.**	56,9	54,6	53,9	57,3	56,2

Notes :
Les entreprises non indépendantes comprennent Irving Oil, Esso, Metro, Shell, Petro-Canada, Ultramar et les coopératives.
Les entreprises indépendantes comprennent notamment Canadian Tire, Greg's Fuels et Wilson Fuels.
La pièce a été produite à partir de sources secondaires de données, dont chacune a certaines limitations.
Les lectrices et lecteurs devraient être avertis que des stations-services sont ouvertes, sont fermées et changent de marque régulièrement, de sorte que les données de la présente pièce sont rapidement périmées.
Source : Enquêtes du MRNE.

IV Réglementation d'autres ressorts

A. Initiatives prises dans d'autres provinces et au palier fédéral

Au cours des dernières années, la seule province qui soit intervenue de façon notable à des fins de réglementation dans le secteur de la vente de l'essence au détail est l'Île-du-Prince-Édouard. Elle réglemente tous les aspects de la vente de l'essence au détail, y compris les prix et les marges bénéficiaires. Toutefois, les prix de l'essence sont devenus une question d'intérêt dans un certain nombre de provinces canadiennes, et des stratégies de réglementation sont réexaminées.

Le Québec a annoncé le 17 octobre 1996 un nouveau système de réglementation qui vise la marge bénéficiaire tant pour la vente de gros que pour la vente au détail. La Colombie-Britannique mène une enquête et a publié un rapport préliminaire en septembre 1996. Ce rapport indique que certains aspects du marché, en Colombie-Britannique, ne correspondent pas aux conditions d'une concurrence intégrale dans l'industrie et ajoute que les prix discriminatoires semblent se pratiquer. Le gouvernement de la Nouvelle-Écosse a entrepris des pourparlers avec les pétrolières en raison de préoccupations selon lesquelles les prix discriminatoires pourraient nuire aux distributeurs indépendants de la province et à la concurrence en général.

Le gouvernement fédéral joue un rôle indirect dans la réglementation de l'industrie au moyen de la *Loi sur la concurrence*. Le Bureau de la politique de concurrence, qui est chargé de l'application de la loi, vient d'achever une enquête sur l'industrie de l'essence. Dans un exposé au comité pendant les audiences publiques, Industrie Canada a indiqué que la loi avait pour objet de stimuler l'adaptabilité et l'efficience de l'économie canadienne, d'assurer à la petite et à la moyenne entreprise une chance honnête de participer à l'économie canadienne et d'assurer aux consommateurs et consommatrices des prix compétitifs et un choix dans les produits.

Depuis 1935, la loi contient des dispositions sur les prix discriminatoires et les prix abusifs. Les transcriptions d'audiences indiquent que les prix discriminatoires sont une activité de vente qui exerce une discrimination contre les concurrents de l'acheteur d'un article en accordant à ce dernier un rabais ou un autre avantage dont ne disposent pas les concurrents au moment de la vente. La fixation de prix abusifs est une pratique qui consiste, pour une entreprise dominante, à fixer des prix peu élevés pendant une période assez longue pour éliminer un concurrent du marché ou en dissuader d'autres de pénétrer le marché. L'entreprise hausse ensuite les prix pour récupérer les pertes ; un tel comportement diminue considérablement la concurrence ou l'élimine.

Le fardeau de la preuve, en application de la *Loi sur la concurrence*, consiste à prouver hors de tout doute raisonnable que des prix discriminatoires ou abusifs ont été fixés. Principalement parce que ce fardeau de la preuve est si difficile à démontrer, Industrie Canada a indiqué qu'il y a très peu de cas du genre ; les tribunaux ont été saisis d'un ou deux cas liés aux deux pratiques, et la disposition n'est pas souvent utilisée.

La conclusion du comité est que la *Loi sur la concurrence* fait peu pour empêcher la fixation de prix discriminatoires ou abusifs.

La pièce D donne une vue d'ensemble du contexte de réglementation dans tous les coins du pays.

B. Réglementation aux États-Unis

Un certain nombre d'États des États-Unis ont appliqué des mesures législatives sur les pratiques de commercialisation équitables pour protéger les distributeurs d'essence indépendant contre les prix abusifs. Environ 21 États se sont dotés de lois contre la vente à perte, et 6 États ont des mesures législatives imposant une dissociation partielle. Les lois contre la vente à perte interdisent aux détaillants d'essence de vendre a un prix qui ne couvre pas leurs coûts d'exploitation, des exceptions étant accordées notamment pour la promotion de l'ouverture d'une nouvelle station-service ou pour permettre d'égaler le prix d'un concurrent. Les lois imposant une dissociation partielle interdisent aux pétrolières intégrées d'exploiter des points de vente mais non d'être propriétaires de ceux-ci.

Une série d'études ont été effectuées sur les répercussions de telles lois. Malheureusement, il est difficile de tirer des conclusions nettes à partir de ces études. Un observateur de l'industrie a remarqué qu'on peut souvent prédire les conclusions des études si on sait qui les a commanditées.

Une étude digne de mention, publiée en 1987 sous les auspices du American Petroleum Institute (API), s'intitule *The Effects of State "Below Cost" Selling Laws on Retail Prices of Motor Gasoline* [L'influence des lois des États concernant la vente à perte sur les prix de détail de l'essence]. L'API est l'association industrielle des pétrolières intégrées des États-Unis. Les pétrolières qui font des affaires au Nouveau-Brunswick ont cité l'étude dans leurs interventions devant le comité. Cette étude présente une analyse indiquant que, durant les 12 mois suivant immédiatement la mise en oeuvre de mesures législatives contre la vente à perte dans trois États dotés de telles lois, les prix ont été plus élevés que dans les États qui n'avaient pas ces lois. L'étude conclut que celles-ci sont contraires à l'intérêt des consommateurs et consommatrices. Le comité a examiné de près l'étude et a dégagé des sujets de préoccupation quant à la méthodologie employée. Notamment, la brièveté de la période considérée permet de mettre en doute la validité des conclusions.

Les distributeurs d'essence indépendants des États-Unis font des pressions en faveur d'un avant-projet de loi appelé HR 2966, qui apporterait des changements au palier fédéral touchant la loi nationale intitulée *Petroleum Practices Marketing Act.* Cette mesure législative se caractérise surtout comme une mesure antidiscriminatoire, car, au lieu d'interdire la vente à perte, elle interdirait à une entreprise de raffinage et de commercialisation de vendre à ses clients réguliers à un prix excédant 94 % du prix de vente à ses propres points de vente. Une telle proposition permettrait à une entreprise de raffinage de se lancer dans une guerre des prix, mais l'entreprise devrait en même temps protéger tous ses clients réguliers.

L'annexe D fournit de l'information supplémentaire sur les mesures législatives de certains États des États-Unis.

V Faits saillants des audiences et rétroaction au rapport provisoire

Le présent chapitre donne un aperçu des faits et opinions présentés aux audiences publiques et dans la rétroaction reçue en réponse au rapport provisoire.

A. Aperçu des interventions des pétrolières aux audiences

Les pétrolières qui ont une capacité de raffinage ont présenté un point de vue concordant aux audiences du comité, à savoir qu'il est inutile d'envisager de réglementer davantage l'industrie de l'essence. Les principales raisons invoquées à l'appui de leur position sont les suivantes :

- Les prix de l'essence, taxes en sus, et les marges de raffinage et de commercialisation ont baissé au Nouveau-Brunswick et au Canada au cours des cinq dernières années.

- L'essence, taxes en sus, coûte environ 30 % de moins aujourd'hui qu'en 1980, après correction pour l'inflation.

- Les pratiques de vente au détail de l'essence évoluent rapidement. Le point de vente traditionnel à deux postes de travail avec îlot de distribution est devenu relativement rare, un nombre grandissant de points de vente ayant d'autres sources de revenus importantes telles qu'un dépanneur ou un restaurant. L'essence est au moins aussi importante pour ces points de vente comme moyen d'attirer la clientèle que comme source directe de profits.

- Le Nouveau-Brunswick a un grand nombre de points de vente au détail eu égard à sa population et au volume à écouler. En conséquence, son réseau de commercialisation est coûteux en soi, ce qui explique les prix plus élevés.

- Les entreprises indépendantes accroissent leur part du marché tant à l'échelle nationale qu'au Nouveau-Brunswick.

- Les ressorts qui ont fait l'expérience de la réglementation voient habituellement augmenter les prix de détail. La Nouvelle-Écosse est souvent citée en exemple.

- Le marché du Nouveau-Brunswick présente les caractéristiques d'un marché compétitif : fournisseurs en gros qui font concurrence, une gamme de fournisseurs au détail et de marques, instabilité des prix et diversité des prix.

- Il faut faire attention avant de tirer des conclusions à partir des données de RNCan, qui contiennent seulement des renseignements sur les plus grandes villes de chaque province.

B. Interventions des vendeurs indépendants

Les interventions des vendeurs d'essence indépendants affichant la marque d'une entreprise de raffinage et de commercialisation et les opinions exprimées par des chaînes indépendantes comme Wilson et Greg's sont concordantes. Leurs principales affirmations sont les suivantes :

- Les entreprises de raffinage et de commercialisation mènent une campagne concertée visant à diminuer le nombre de points de vente au détail indépendants dans la province.

- Les moyens qu'utilisent les entreprises de raffinage et de commercialisation pour pressurer les vendeurs indépendants comprennent les suivants :

  — un assortiment de nouveaux frais inattendus ou de modifications des coûts liés au crédit, au rajustement des prix en fonction de la température et à l'équipement de communication ;

  — des prix tellement discriminatoires que les vendeurs paient des prix de gros plus élevés que le prix de détail de points de vente voisins qui affichent la marque de leur fournisseur.

- Les vendeurs indépendants sont importants pour les consommateurs et consommatrices parce qu'ils stimulent la concurrence des prix sur le marché.

- Les entreprises indépendantes qui ont une structure de coûts d'exploitation peu élevés et font bénéficier les consommateurs et consommatrices de leurs gains d'efficience donnent à ces derniers un choix et une bonne valeur et incitent tous les détaillants à augmenter leur efficience.

- Les pétrolières intégrées utilisent les marges bénéficiaires d'activités non liées à la vente au détail pour financer les guerres de prix qu'elles entreprennent en vue de mener les entreprises indépendantes à la faillite ou de leur enlever toute influence sur la fixation des prix. Une telle pratique est injuste et contraire aux intérêts des consommateurs et consommatrices.

- Si les entreprises indépendantes sont éliminées du marché, l'arrivée de nouveaux venus qui stimuleront la concurrence des prix est hautement improbable. Le marché, ne comptant que quelques intervenants, sera moins compétitif et plus exposé à des prix élevés à long terme.

- Il doit y avoir une raison au fait que plus de 20 États américains ont édicté des mesures législatives pour protéger les vendeurs d'essence indépendants contre les prix abusifs.

- Les restrictions de zonage municipal ont rendu difficile la possibilité d'obtenir des biens pour des points de vente de l'essence au détail et ont empêché la concurrence.

VI Analyse et conclusions relatives aux questions clés

Le comité s'est concentré sur quatre questions clés dans son examen de l'industrie :

— écarts des prix et des marges bénéficiaires ;

— répercussions de la réduction de la taxe sur le carburant ;

— taille et impact du secteur indépendant ;

— risque de réduction de la concurrence en raison de prix discriminatoires.

Les questions sont traitées à tour de rôle ci-dessous.

A. Écarts des prix et des marges bénéficiaires

1. Saint John par rapport à d'autres grandes villes

De 1991 à la fin 1995, les prix à Saint John, taxes en sus, ont dépassé en moyenne d'au moins 4 ¢ la moyenne pour les plus grandes villes de chaque province du pays. L'écart s'explique en partie par les marges bénéficiaires pour les détaillants, légèrement plus élevées à Saint John, comme le montre la pièce 10. Ces marges plus élevées sont attribuables, pour la plupart, aux coûts et aux marges de raffinage et de commercialisation plus élevés, comme l'illustre la pièce 13. L'écart de prix est d'autant plus remarquable que, en 1989 et en 1990, les prix à Saint John étaient essentiellement comparables à la moyenne des autres grandes villes.

Les pétrolières font valoir que les écarts constatés comparativement à d'autres marchés sont moins importants que le fait que les prix excluant les taxes ainsi que les coûts et les marges de raffinage et de commercialisation ont diminué à Saint John depuis 1991. Toutefois, le comité est d'avis que les comparaisons avec d'autres marchés sont pertinentes. En outre, les données indiquent que les prix excluant les taxes ainsi que les coûts et les marges de raffinage et de commercialisation à Saint John n'ont pas diminué autant que la moyenne d'autres grandes villes.

Le principal facteur avancé par les pétrolières pour expliquer l'écart de 4 ¢ est le volume moyen moins élevé par station-service à Saint John, par rapport aux plus grands centres. Bien que le débit moyen des station-services à Saint John ne soit pas connu, la pièce 18 donne une indication de l'incidence du débit moyen sur les coûts. Selon l'analyse, l'incidence du débit se trouve être entre 1 ¢ et 2 ¢ le litre. Trois facteurs font contrepoids à cette analyse :

- le coût moins élevé pour faire des affaires à Saint John en raison de facteurs comme la valeur des biens immobiliers ;

- le fait que, jusqu'à 1993, la comparaison des prix présentée utilise le prix du service complet pour Saint John mais le prix d'un libre-service pour d'autres grandes villes, ce qui fait que, en 1994 et en 1995, lorsque tous les prix visaient le libre-service, on se serait attendu à un écart plus petit et non plus grand entre Saint John et d'autres centres ;les frais de transport, qui favorisent Saint John en raison de la présence de la raffinerie Irving et d'un terminal de la Compagnie Pétrolière Impériale.

Après avoir pondéré tous ces facteurs, le comité conclut qu'une part importante de l'écart de 4 ¢ le litre ne s'explique pas par des facteurs de coûts. Des facteurs de marché, surtout un manque de concurrence dans le marché de 1991 à 1995, sont censés expliquer l'écart. Les diminutions de prix réalisées en 1996 reflètent l'incidence d'une plus grande concurrence.

Pièce 18
Incidence du volume sur les coûts au détail

Le Nouveau-Brunswick possède un nombre relativement élevé de points de vente d'essence par rapport à sa population et, en conséquence, par rapport à la moyenne au Canada, et il a un volume ou débit moyen par station-service peu élevé. La pièce illustre l'incidence du problème de volume au point de vente sur le coût par litre pour vendre de l'essence au détail. Elle minimise l'incidence, car elle tient seulement compte des coûts en capital et non d'autres coûts fixes tels que l'assurance, les taxes et impôts et l'électricité.

		Scénario		
		A	B	C
Capital investi dans la vente au détail de l'essence (1)		100 000 $	150 000 $	200000$
Frais annuels de premier établissement (2)		24 000 $	36 000 $	48000$
Coût fixe par litre selon un débit annuel théorique (litres)				
Débit moyen au Nouveau-Brunswick	1 360 000	1,8 ¢	2,6 ¢	3,5 ¢
Débit moyen au Canada	2 000 000	1,2 ¢	1,8 ¢	2,4 ¢
Écart par rapport au Nouveau-Brunswick (3)		*- 0,6 ¢*	*- 0,8 ¢*	*- 1,1 ¢*
Débit moyen en Ontario	3 250 000	0,7 ¢	1,1 ¢	1,5 ¢
Écart par rapport au Nouveau-Brunswick (3)		*- 1,1 ¢*	*- 1,5 ¢*	*- 2,0 ¢*

1 Les taux d'investissements représentent les coûts non amortis théoriques des biens nécessaires pour vendre de l'essence au détail et comprendraient en général les réservoirs, l'éclairage, l'affichage, les pompes, l'asphaltage et les terrains.

2 Dans le calcul des frais annuels de premier établissement, il a été supposé une période de récupération de cinq ans et un taux d'intérêt de 8 %.

3 Les valeurs indiquent l'écart moyen du coût par litre à Saint John par rapport à d'autres provinces dont le débit moyen est plus élevé.

Source : KMPG.

2. Nouveau-Brunswick par rapport à d'autres régions

Selon les données sur la moyenne du prix provincial, à la pièce 7, qui permettent des comparaisons entre le Nouveau-Brunswick et d'autres provinces, les prix du Nouveau-Brunswick dépassent de beaucoup ceux de la Nouvelle-Écosse et de l'Ontario mais sont comparables à ceux du Manitoba. Chacun des marchés en question requiert un examen distinct.

La Nouvelle-Écosse est un marché hautement concurrentiel depuis 1993, lorsque de nouveaux détaillants ont fait leur entrée sur le marché à la suite de la déréglementation. Une telle dynamique de marché a donné lieu à des prix qui, en général, ne sont pas considérés viables à long terme, étant donné le coût du brut et des coûts raisonnables de raffinage et de commercialisation. Néanmoins, la Nouvelle-Écosse est le marché qui, en général, se compare le mieux au Nouveau-Brunswick, ayant un débit moyen et des frais de transport similaires et étant approvisionné par les mêmes raffineries.

Les données de l'Ontario doivent être abordées en tenant compte du fait que ce marché se distingue par le très grand débit moyen des ventes par point de vente. Le débit moyen des ventes par point de vente est plus que le double de celui du Nouveau-Brunswick. Comme l'indique la pièce 18, ce débit assure au marché ontarien un avantage probable de 2 ¢ le litre. La différence de débit, cependant, n'explique pas à elle seule l'écart des prix entre le Nouveau-Brunswick et l'Ontario.

Le débit par point de vente du Manitoba est légèrement supérieur à celui du Nouveau-Brunswick. Le Nouveau-Brunswick devrait toutefois être avantagé sur le plan des frais de transport, du fait que la plupart des régions de la province sont à proximité des raffineries et des terminaux. Le Manitoba est dépourvu de raffinerie et de terminal. Les produits doivent être transportés par camion d'un bout à l'autre de la province, à partir de l'oléoduc situé à l'extrémité sud de la province. Il faudrait aussi se rappeler, si le Manitoba doit servir de référence, que son gouvernement s'est périodiquement soucié des prix de l'essence.

Après avoir pondéré les données publiées, le comité conclut que, de 1991 à 1995, les prix moyens au Nouveau-Brunswick ont reflété une concurrence insuffisante dans l'ensemble. Néanmoins, les données semblent indiquer que le problème n'est pas aussi grave à l'échelle provinciale, en moyenne, qu'il ne l'est à Saint John.

3. Au Nouveau-Brunswick

Les différences considérables dans les prix moyens d'un comté à l'autre dans la province, illustrées par la pièce 17, ne sont pas révélatrices des écarts de coûts entre régions mais des forces du marché. Dans certaines régions, la venue de plus d'indépendants sur le marché ainsi que la campagne Valeur Plus d'Ultramar ont rendu les prix hautement compétitifs et instables, les points de vente s'efforçant de se tailler une part du marché. Dans d'autres régions, où la concurrence est moins forte, les prix tendent à être plus élevés.

La ventilation des points de vente par comté, qui constitue la pièce 2, montre que le degré de concurrence varie considérablement d'un comté à l'autre. Dans certains comtés, toutes les grandes pétrolières et divers indépendants sont en présence. Dans d'autres comtés, le marché est dominé par une ou deux des grandes pétrolières. Étant donné une telle gamme de conditions de concurrence, des écarts considérables de prix sont compréhensibles et en ont été la conséquence.

B. Répercussions de la réduction de la taxe sur les carburants

Le Nouveau-Brunswick a en avril 1992 réduit de 2 ¢ le litre la taxe sur l'essence. Il se situe maintenant à l'avant-dernier rang au Canada, avant l'Alberta seulement, pour ce qui est du faible niveau de taxe.

Le comité a entrepris diverses analyses pour évaluer si la réduction de taxe s'était répercutée chez les consommateurs et consommatrices. Le comité conclut que les répercussions ont été différentes selon que la perspective est celle de l'année qui a suivi la réduction de taxe ou celle d'une période à plus long terme, de deux ou trois années. La pièce 13 montre qu'aucune augmentation des coûts et des marges de raffinage et de commercialisation n'a été enregistrée l'année suivant la réduction de taxe. La pièce indique en fait que, dans les 12 mois qui ont couru d'avril 1992 à avril 1993, les coûts et les marges de raffinage et de commercialisation à Saint John ont diminué, ce qui indiquerait que, initialement, la réduction de taxe s'est répercutée.

Une évaluation à plus long terme de la période de deux à quatre ans suivant la réduction de taxe mène à une conclusion différente. L'analyse présentée dans la section précédente indique que, même si les prix de l'essence ont baissé au Nouveau-Brunswick, ils n'ont pas baissé autant qu'ailleurs. La réduction de la taxe sur l'essence au Nouveau-Brunswick n'a donc pas amené les prix de l'essence à diminuer proportionnellement plus qu'ailleurs. Les répercussions de la réduction de la taxe associées à un manque de concurrence au Nouveau-Brunswick ont fait que l'industrie dans la province a subi moins de pression que l'industrie dans le reste du pays pour rationaliser et améliorer l'efficience. C'est seulement lorsque la nouvelle concurrence et les prix concurrentiels sont entrés en jeu au début de 1996 que l'écart entre les prix à Saint John et les prix dans d'autres centres a diminué à des taux plus raisonnables. Le comité est d'avis que, de 1993 à 1995, les consommateurs et consommatrices du Nouveau-Brunswick n'ont pas profité pleinement de la réduction de taxe.

C. Taille et impact du secteur indépendant

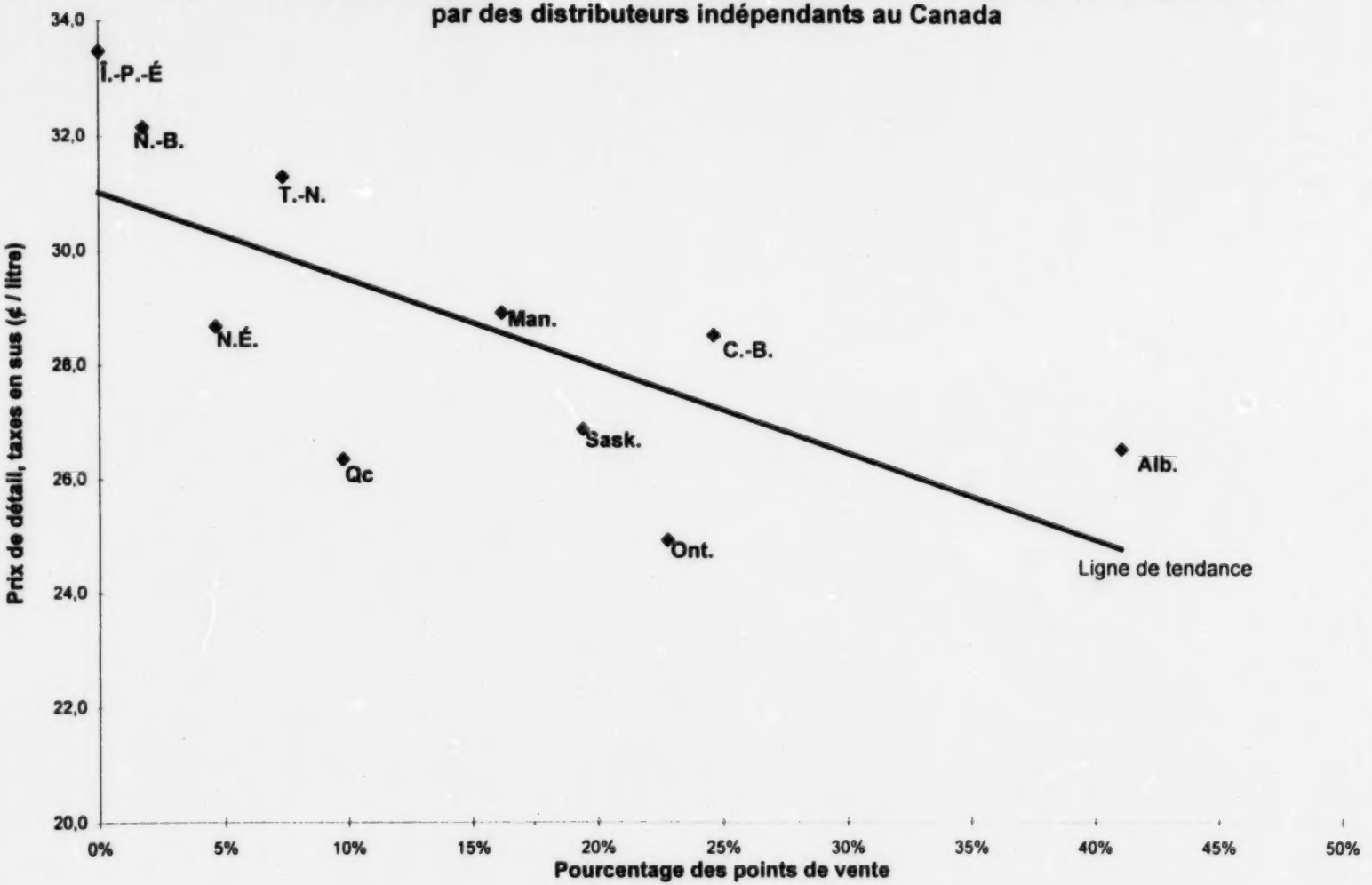
Le comité a obtenu de diverses sources de l'information indiquant que la structure concurrentielle du marché influe sur les prix. Des intervenants aux audiences publiques ont indiqué au comité que les prix découlent des forces du marché. Le comité comprend par là qu'une concurrence accrue tend à faire baisser les prix, tandis qu'une concurrence moins intense les rend relativement élevés. Un examen de données sur la structure des prix et de l'industrie semble appuyer une telle conclusion.

Une analyse, dont fait état la revue *Octane,* a été entreprise en vue de comparer le prix moyen par province pour les grands centres examinés par Ressources naturelles Canada, ou RNCan, avec le pourcentage de points de vente indépendants dans les provinces respectives. La pièce 19 constitue le diagramme de dispersion. La pièce 20 constitue un diagramme qui représente le prix moyen pour les grands centres par rapport au débit moyen pour chaque province. Bien que de telles analyses ne soient pas très poussées, elles semblent indiquer que le pourcentage d'entreprises indépendantes et le débit moyen ont une incidence sur les prix. La conclusion du comité est que la présence d'entreprises indépendantes fait effectivement baisser les prix.

Pour tirer une telle conclusion, le comité a aussi examiné l'incidence apparente des entreprises indépendantes en Nouvelle-Écosse et les écarts de prix d'un comté à l'autre au Nouveau-Brunswick. La pièce 21 indique la tendance des prix à Halifax depuis 1989. Une baisse des prix a accompagné l'arrivée de nouveaux distributeurs indépendants depuis la déréglementation de l'industrie. Les pièces 2 et 17 montrent la structure de l'industrie néo-brunswickoise ainsi que des données sur les prix moyens. En général, les comtés ayant le plus grand nombre d'entreprises indépendantes ont les prix les plus bas, et les comtés ayant la plus forte prédominance d'une seule entreprise ont les prix les plus élevés.

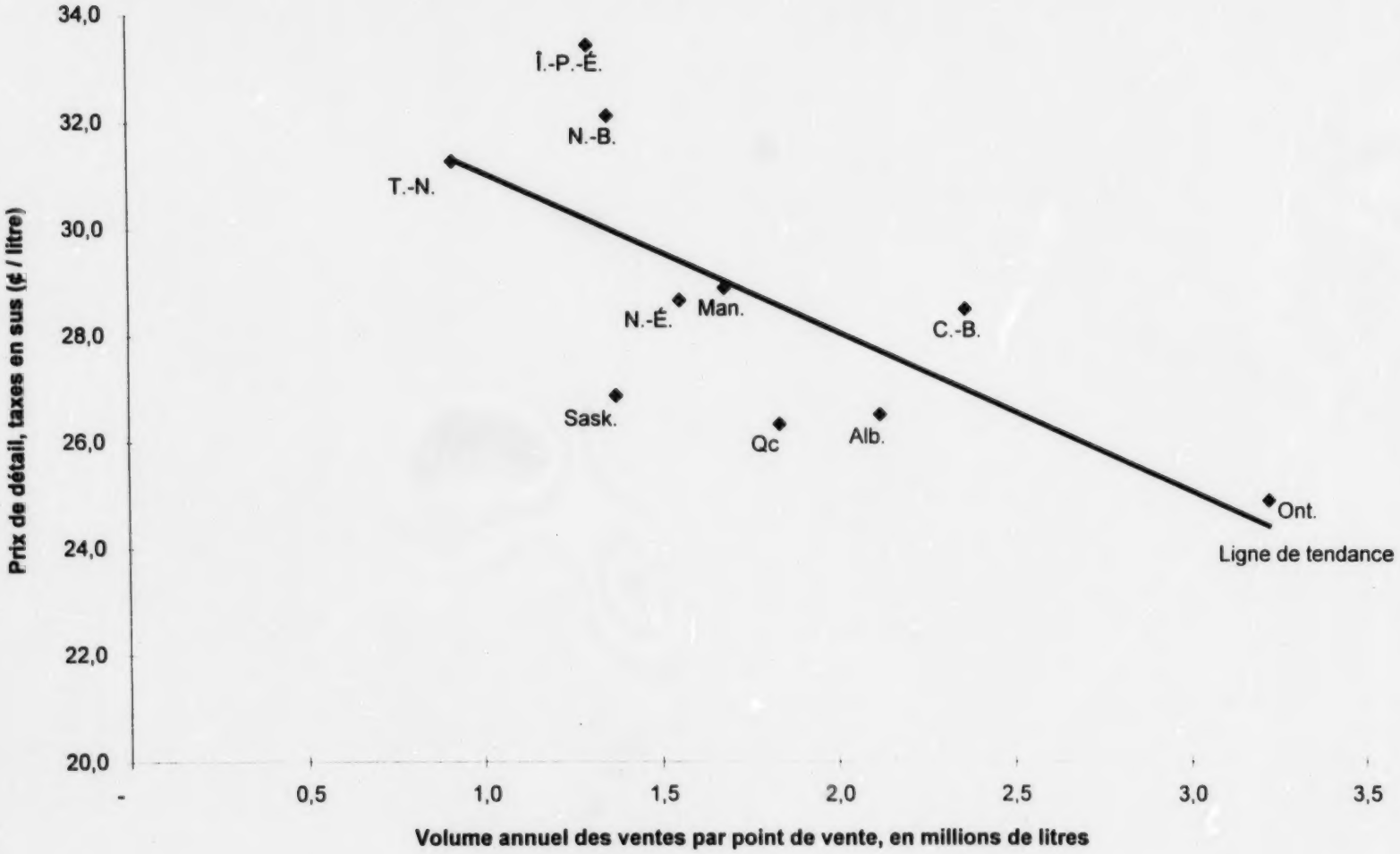
Le Nouveau-Brunswick est une province ayant un très faible pourcentage global d'entreprises indépendantes. La conclusion du comité est qu'un tel fait a contribué au degré de compétitivité du marché et aux écarts de prix constatés plus haut entre le Nouveau-Brunswick et d'autres ressorts.

Pièce 19 — Prix de détail, taxes en sus, comparé au pourcentage de points de vente exploités par des distributeurs indépendants au Canada



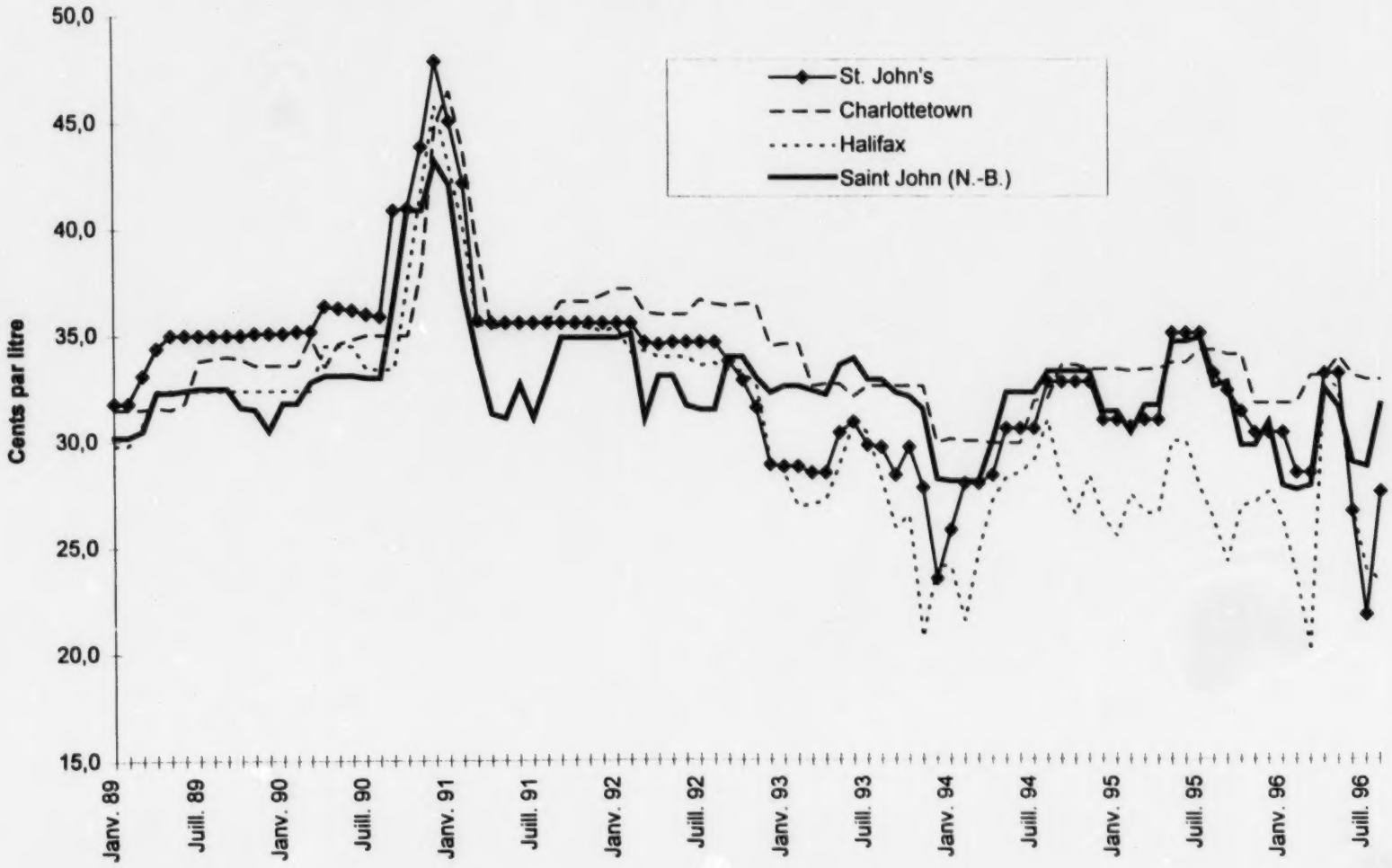
Les prix de détail sont le prix moyen de 1992 à 1996 dans la plus grande ville de chaque province.
Source : RNCan et *Octane*.

Pièce 20 — Prix de détail, taxes en sus, comparé au volume annuel des ventes par point de vente



Source : RNCan, *Octane*, Statistique Canada 57-003.

Pièce 21 — Moyenne du prix de détail à Saint John comparé à la moyenne du prix de détail, taxes en sus, pour les grandes villes du Canada atlantique, 1989 - 1996



Source : RNCan.

D. Risque de réduction de la concurrrence en raison de prix discriminatoires

Le Nouveau-Brunswick doit se préoccuper du niveau de concurrence sur son marché. Deux compagnies contrôlent plus de 60 % des points de vente au détail et un pourcentage peut-être plus grand du volume global des ventes au détail. La province a peu d'entreprises indépendantes comparativement à la plupart des autres provinces. Le marché de gros est encore plus concentré. De 1991 à 1995, il y a eu des écarts de prix inexpliqués entre Saint John et d'autres grands centres du pays.

Dans un tel contexte, les audiences publiques ont fourni un certain nombre d'exemples où certains détaillants ont dû payer l'essence plus cher que le prix de détail à des points de vente affichant la marque de leur fournisseur. Il est clair que divers points de vente dans la même zone de marché paient des prix de gros très différents au même fournisseur en raison de prix discriminatoires.

Le genre de prix discriminatoires qui s'est pratiqué pourrait obliger des entreprises indépendantes sous marque et sans marque à se retirer du marché ou, du moins, du processus de fixation des prix. Par conséquent, le comité estime que de telles pratiques représentent effectivement une menace pour le degré global de concurrence dans la province. La fixation de prix abusifs est une question qui relève du gouvernement fédéral. Toutefois, il semble peu probable que les détaillants d'essence indépendants soient protégés de façon efficace, en raison du fardeau de la preuve requis en application de la *Loi sur la concurrence* pour prouver que des prix abusifs ont été fixés.

E. Sommaire des conclusions

Eu égard aux observations précitées, voici les conclusions du comité :

— Les écarts de coûts n'expliquent pas pleinement les prix plus élevés payés pendant une grande partie des six dernières années par les consommateurs et les consommatrices d'essence du Nouveau-Brunswick comparativement à ceux d'autres provinces. Ils n'expliquent pas pleinement non plus les écarts de prix d'un comté à l'autre au Nouveau-Brunswick.

— Le marché néo-brunswickois n'a pas été suffisamment concurrentiel pendant une bonne partie des six dernières années, même s'il a été extrêmement concurrentiel dans certaines régions en 1996.

— Initialement, les consommateurs et consommatrices du Nouveau-Brunswick ont profité pleinement de la réduction de la taxe provinciale en 1992. Il n'est pas clair que les avantages aient été pleinement obtenus au cours des dernières années.

— Les prix discriminatoires pratiqués par des entreprises de raffinage et de commercialisation risquent d'éliminer du marché les quelques entreprises indépendantes qui existent effectivement.

— Un climat favorable à la présence d'entreprises indépendantes et à la concurrence sur le marché du gros et du détail serait souhaitable pour les consommateurs et consommatrices.

VII Recommandations

L'objectif du comité est de déterminer le contexte qui permettra au marché provincial de l'essence de fonctionner à l'avantage des consommateurs et consommatrices. Le comité a élaboré ses recommandations en tenant compte de la complexité de l'industrie de l'essence et du fait que certaines stratégies de réglementation visant l'essence, surtout celles qui comportent le contrôle des prix ou des marges bénéficiaires, pourraient être défavorables aux intérêts des consommateurs et consommatrices.

1. L'industrie pétrolière subit une rationalisation à l'échelle nationale. Depuis 1990, la région des Maritimes a perdu une de ses trois raffineries et des centaines de points de vente. Le comité partage la préoccupation exprimée dans certaines interventions à l'égard de la possibilité qu'une prolongation du genre de guerre des prix vécue en 1996 réduise le nombre d'intervenants sur le marché de détail au point où la concurrence ne sera pas assez vigoureuse pour protéger les intérêts des consommateurs et consommatrices. Le Nouveau-Brunswick a déjà un pourcentage relativement bas d'entreprises indépendantes. Dans un tel contexte, le comité croit qu'il est important pour le gouvernement d'examiner la structure de l'industrie au Nouveau-Brunswick, y compris les parts du marché, les prix de gros et de détail ainsi que le nombre de concurrents dans chaque secteur du marché. Le comité recommande que le gouvernement effectue un examen approfondi de ses systèmes de surveillance de l'industrie du carburant et des politiques de la taxe sur l'essence. Il faut élargir le programme actuel de surveillance, qui nécessite principalement des enquêtes mensuelles sur les prix dans chaque marché important. Avec des données pertinentes, récentes et exactes, le gouvernement pourrait protéger les intérêts des consommateurs et consommatrices de façon plus proactive et résoudre des problèmes avec l'industrie.

   Le comité recommande que le gouvernement poursuive son programme actuel d'enquêtes sur les prix et qu'il mette en oeuvre :

   - un système de présentation de l'information sur le marché de détail pour fournir par point de vente, peut-être trimestriellement, des renseignements comme le volume, le nombre de pistolets, la marque et l'arrangement quant à la propriété ;

   - un système de présentation de l'information sur le marché de gros pour les renseignements comme les volumes et les prix ;

   - un processus régulier de présentation de l'information au public pour comparer les prix au Nouveau-Brunswick avec d'autres données de référence comme le coût du brut, le prix de l'essence dans le port de New York ou les prix à d'autres endroits.

2. Le comité considère que le maintien de la concurrence à tous les niveaux de l'industrie est la clé pour protéger les consommateurs et consommatrices. Le maintien d'une concurrence équitable et de marchés efficients relève du gouvernement fédéral. Depuis 1935, à l'échelle fédérale, la *Loi sur la concurrence* prévoit des dispositions particulières visant à considérer comme des infractions au titre de la loi les prix discriminatoires et les prix abusifs en vue de réduire considérablement la concurrence ou d'éliminer un concurrent. Il est cependant clair que peu de poursuites judiciaires ont été engagées en application de la loi. Des représentants du Bureau de la concurrence ont signalé que seulement un ou deux cas sont passés devant les tribunaux. Une raison de l'efficacité limitée de la

loi semble être le sévère fardeau de la preuve qui est exigé pour établir l'occurrence d'une infraction. Il est très difficile d'établir *hors de tout doute raisonnable* qu'il y a eu des prix discriminatoires ou des prix abusifs et que cela a considérablement diminué la concurrence.

Le comité recommande que le gouvernement exhorte le gouvernement fédéral à entreprendre une évaluation et un examen fondamentaux de la *Loi sur la concurrence* pour déterminer si son modèle de contentieux criminel (c'est-à-dire qui prévoit les amendes et les peines d'emprisonnement, associé au fardeau de la preuve *hors de tout doute raisonnable)* sert avec efficacité l'objectif de la politique gouvernementale visant à empêcher les prix abusifs et les prix discriminatoires en vue de réduire considérablement la concurrence. L'autre modèle d'un cadre législatif qui pourrait être envisagé serait basé sur la possibilité d'offrir un recours civil aux consommateurs et consommatrices ainsi qu'aux victimes de prix abusifs et de prix discriminatoires. Nous croyons qu'un tel système offrirait davantage de protection aux consommateurs et consommatrices.

3. Il faudrait probablement un certain nombre d'années pour obtenir les modifications de la loi fédérale sur la concurrence, qui sont mentionnées dans la recommandation 2. Dans l'intervalle, le gouvernement dispose de moyens pour s'occuper des risques selon lesquels des prix abusifs et des prix discriminatoires pourraient diminuer la concurrence au détriment des consommateurs et consommatrices. À cette fin, le comité recommande que le gouvernement mette en oeuvre des dispositions qui limiteraient la possibilité des prix abusifs, qui limiteraient les dommages que pourraient infliger les prix abusifs et qui restreindrait la capacité d'entreprises de raffinage et de commercialisation de créer des zones de prix arbitraires. Selon le comité, les dispositions particulières suivantes atteindraient un tel but :

- interdire aux grossistes ou aux entreprises de raffinage et de commercialisation de demander à leurs stations-services clientes de la même région des prix de gros plus élevés que le prix de vente au détail ;

- exiger l'affichage public des tableaux des prix de gros, en excluant les coûts de transport pour les clients avec marque ou sans marque et selon les volumes achetés et les modalités à tous les bâtis de chargement de gros dans la province.

4. Le Québec est en train de mettre en oeuvre un système de réglementation qui comprend l'établissement de marges bénéficiaires minimales en vue de protéger son secteur indépendant de la vente au détail. Le comité a examiné un grand nombre de rapports et d'analyses portant sur les répercussions de la réglementation des prix et de lois contre la vente à perte qui réglementent dans les faits une marge bénéficiaire minimale pour le détaillant. Il est très difficile d'établir une marge réglementée qui ne créera pas un certain manque d'efficience sur le marché ou le subventionnement d'entreprises moins efficientes. La conclusion du comité est que la réglementation des prix ou des marges bénéficiaires minimales risque d'augmenter les prix au détriment des consommateurs et consommatrices. Le comité recommande que le gouvernement surveille de près les modalités et l'efficacité du programme québécois.

ANNEXES

ANNEXE A

Résolution visant à établir le Comité spécial sur les prix de l'essence, avis de motion 42, adoptée le 19 avril 1996

attendu que le mécontentement est général au sujet du niveau des prix de l'essence au Nouveau-Brunswick comparativement aux compétences voisines ;

qu'il soit à ces causes résolu que la Chambre constitue un Comité spécial sur les prix de l'essence pour examiner les prix de l'essence au Nouveau-Brunswick ainsi que faire enquête et formuler à la Chambre des recommandations à cet égard, et notamment, sans que soit limitée la portée générale de ce qui précède :

1) mener une étude de prix approfondie englobant tous les éléments des prix, les niveaux des prix et de la fiscalité comparativement aux compétences voisines, les marges de profit et les gains d'efficience au titre de la commercialisation ;

2) examiner tous les éléments des prix, y compris les coûts liés au pétrole brut, au raffinage, au transport, aux niveaux de fiscalité, à la commercialisation, aux marges de détail et de gros et aux promotions ;

3) examiner la structure des prix de l'essence dans la province et sa relation avec des profits raisonnables, les écarts de prix entre la province et les compétences environnantes ainsi que l'ampleur et les motifs des écarts de prix dans la province ;

4) inviter à participer et à discuter de façon publique, avec le comité, des représentants des compagnies pétrolières (industrie en aval) ainsi que la Petroleum Retailers Association et tout autre intervenant ;

5) présenter un rapport provisoire au gouvernement du Nouveau-Brunswick, par l'intermédiaire du bureau du greffier, suivi d'un rapport complet à la prochaine séance de l'Assemblée législative ;

en plus des pouvoirs traditionnellement conférés au comité en vertu du Règlement, le comité aura les pouvoirs additionnels suivants :

a) siéger pendant toute séance de la Chambre et après la prorogation jusqu'à la prochaine session ;

b) tenir séance à divers endroits, selon la commodité ;

c) retenir le personnel nécessaire pour aider le comité ;

d) rendre public tout rapport durant une période où l'Assemblée législative est ajournée ou prorogée, en déposant un exemplaire de ce rapport au bureau du greffier, le président du comité présentant tous les rapports, après la rentrée parlementaire, à l'Assemblée législative

ANNEXE B

Liste des intervenants

Canaan Station Variety, Carol A. Syer

Fédération canadienne de l'entreprise indépendante

Institut Canadien des Produits Pétroliers (ICPP)

Co-op Atlantic

Ministère des Finances

Ministère des Ressources naturelles et de l'Énergie

Greg's Fuels

Hillside Variety, Eugene Harris

Compagnie Pétrolière Impériale Ltée

Independent Retail Gasoline Marketers Association of Canada

Industrie Canada, Bureau de la concurrence

Irving Oil Limited

Island Regulatory and Appeals Commission

Ressources naturelles Canada, Division du pétrole

Retail Gasoline Dealers Association of New Brunswick

Robert Robertson, directeur à la retraite, Nova Scotia Public Utilities Commission

Produits Pétro-Canada

Produits Shell Canada Limitée

Ultramar Canada Inc.

Wilson Fuels Ltd.

Mémoires présentés

Mollins Gas & Variety, Dwight Mollins

M^me^ James A.Ford, « Coppastona » Tree Farm

ANNEXE C

Particuliers et organisations qui ont fourni de la rétroaction au rapport provisoire :

Co-op Atlantic

Compagnie Pétrolière Impériale Ltée

Independent Retail Gasoline Marketers Association of Canada (IRGMA)

Irving Oil Limited, groupe du droit et de l'économie

Ressources naturelles Canada (RNCan)

Paul, Kenneth

Ultramar Canada Inc.

Wilson Fuels Ltd.

Annexe D

Recherches supplémentaires, données et analyses

Table des matières

D1 Moyenne du prix de détail au Nouveau-Brunswick, taxes comprises, et moyenne du prix de détail à la frontière du Maine et du Nouveau-Brunswick, 1989-1996 ($ CAN)

D2 Moyenne du prix de détail à Saint John, taxes comprises, et prix du pétrole brut, 1989-1996

D3 Moyenne du prix de détail à Saint John et moyenne du prix de détail au Canada, taxes comprises, 1989-1996

D4 Moyenne du prix de détail à Saint John et moyenne du prix de détail, taxes comprises, dans des grandes villes de l'Atlantique, 1989-1996

D5 Moyenne du prix de détail à Saint John et moyenne du prix de détail, taxes comprises, dans des grandes villes du centre du Canada, 1989-1996

D6 Moyenne du prix de détail à Saint John et moyenne du prix de détail, taxes comprises, dans des grandes villes de l'ouest du Canada, 1989-1996

D7 Moyenne du prix de détail au Nouveau-Brunswick et moyenne du prix de détail, taxes en sus, à la frontière du Maine et du Nouveau-Brunswick, 1989-1996

D8 Moyenne du prix de détail à Saint John et moyenne du prix au Canada, taxes en sus, de juillet 1991 à août 1996

D9 Moyenne du prix de détail à Saint John et moyenne du prix de détail, taxes en sus, dans des grandes villes du centre du Canada, 1989-1996

D10 Moyenne du prix de détail à Saint John et moyenne du prix de détail , taxes en sus, dans des grandes villes de l'ouest du Canada, 1989-1996

D11 Moyenne du prix de détail au Nouveau-Brunswick, taxes en sus, moins le coût du brut, 1989-1996

D12 Moyenne du prix de détail au Canada et aux États-Unis et prix à la frontière du Maine et du Nouveau-Brunswick, taxes en sus, 1989-1996

D13 Total des taxes fédérales et provinciales par province, 1989-1996

D14 Taxes fédérales, provinciales et d'État au Nouveau-Brunswick et au Maine, 1989-1996

D15 Moyenne de la marge bénéficiaire pour le détaillant à Saint John (N.-B.) et marges bénéficiaires pour le détaillant dans des grandes villes du centre du Canada, 1989-1996

D16 Moyenne de la marge bénéficiaire pour le détaillant à Saint John (N.-B.) et marges bénéficiaires pour le détaillant dans des grandes villes de l'ouest du Canada, 1989-1996

D17 Taux de rendement du capital utilisé

D18 Industrie des produits pétroliers : revenus, dépenses et bénéfices

D19 Analyse des frais de transport

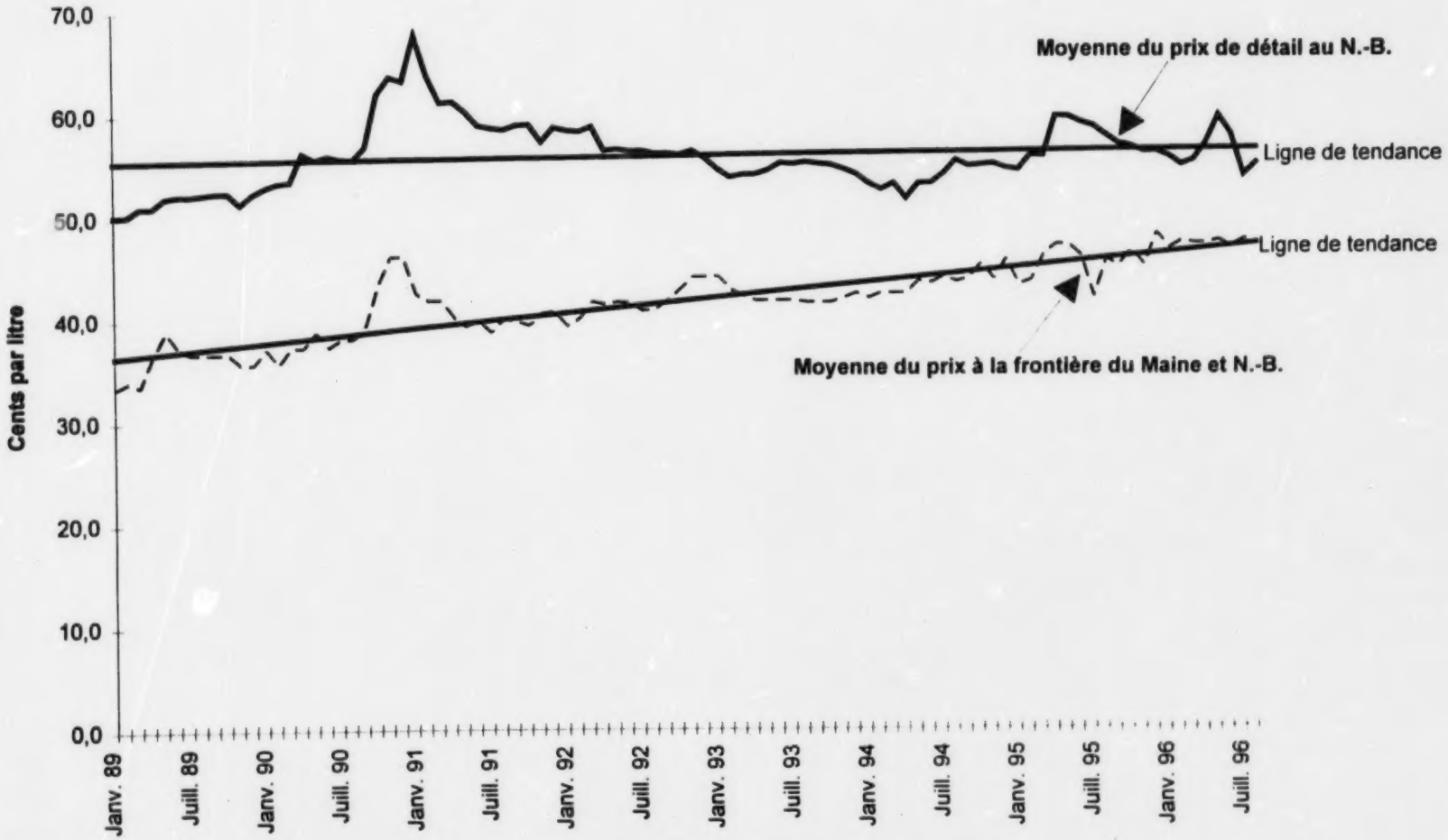
D20 Aperçu des activités de réglementation au Canada

D21 États américains dotés de lois contre la vente à perte

D22 États américains dotés de lois portant sur la dissociation partielle

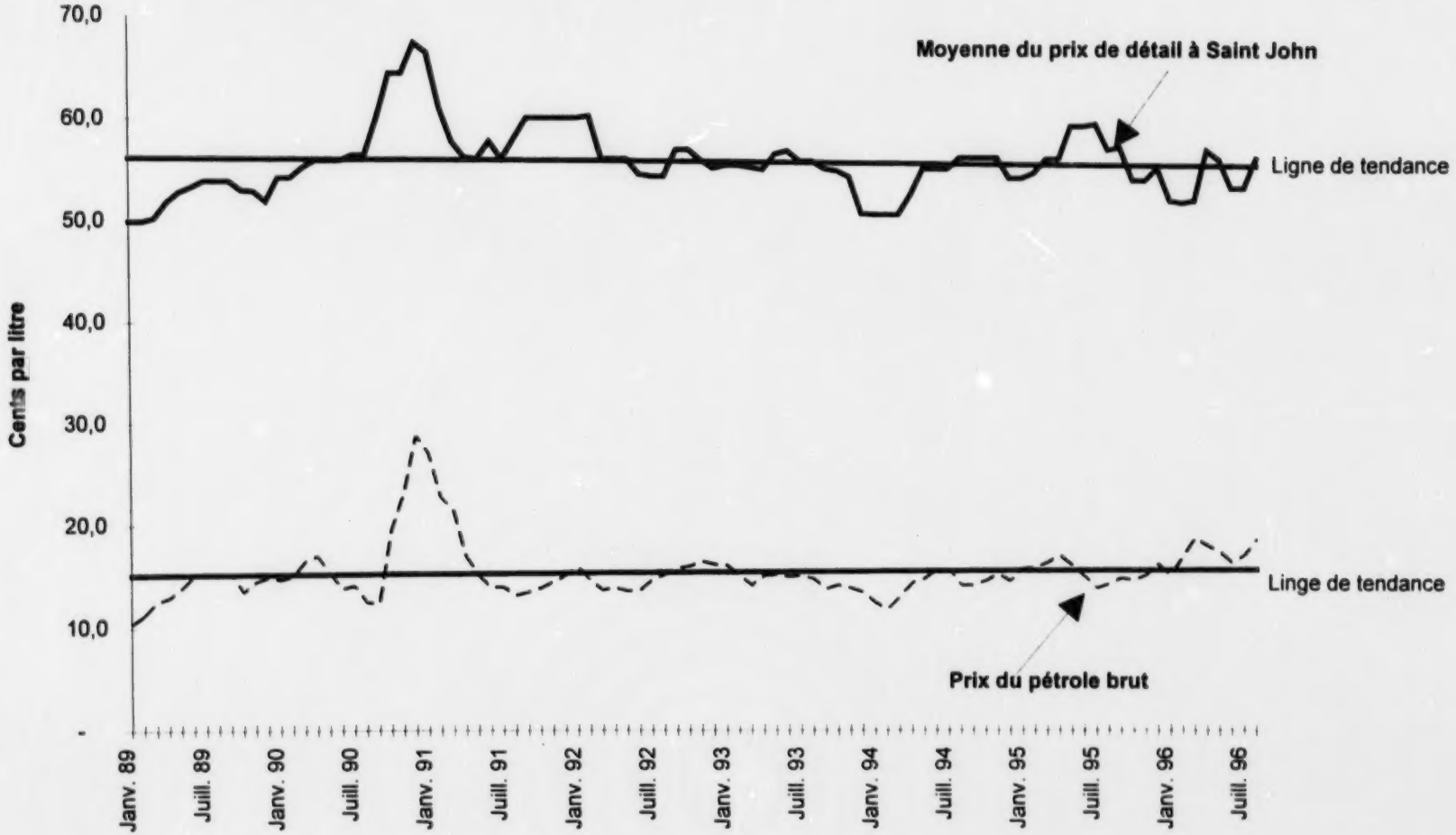
D23 Comparaison entre les prix de détail dans les États dotés de lois contre la vente à perte et la moyenne américaine, ¢ US / gal américain

Pièce D1 — Moyenne du prix de détail au Nouveau-Brunswick, taxes comprises, et moyenne du prix de détail à la frontière du Maine et du Nouveau-Brunswick, 1989 - 1996 ($ CAN)



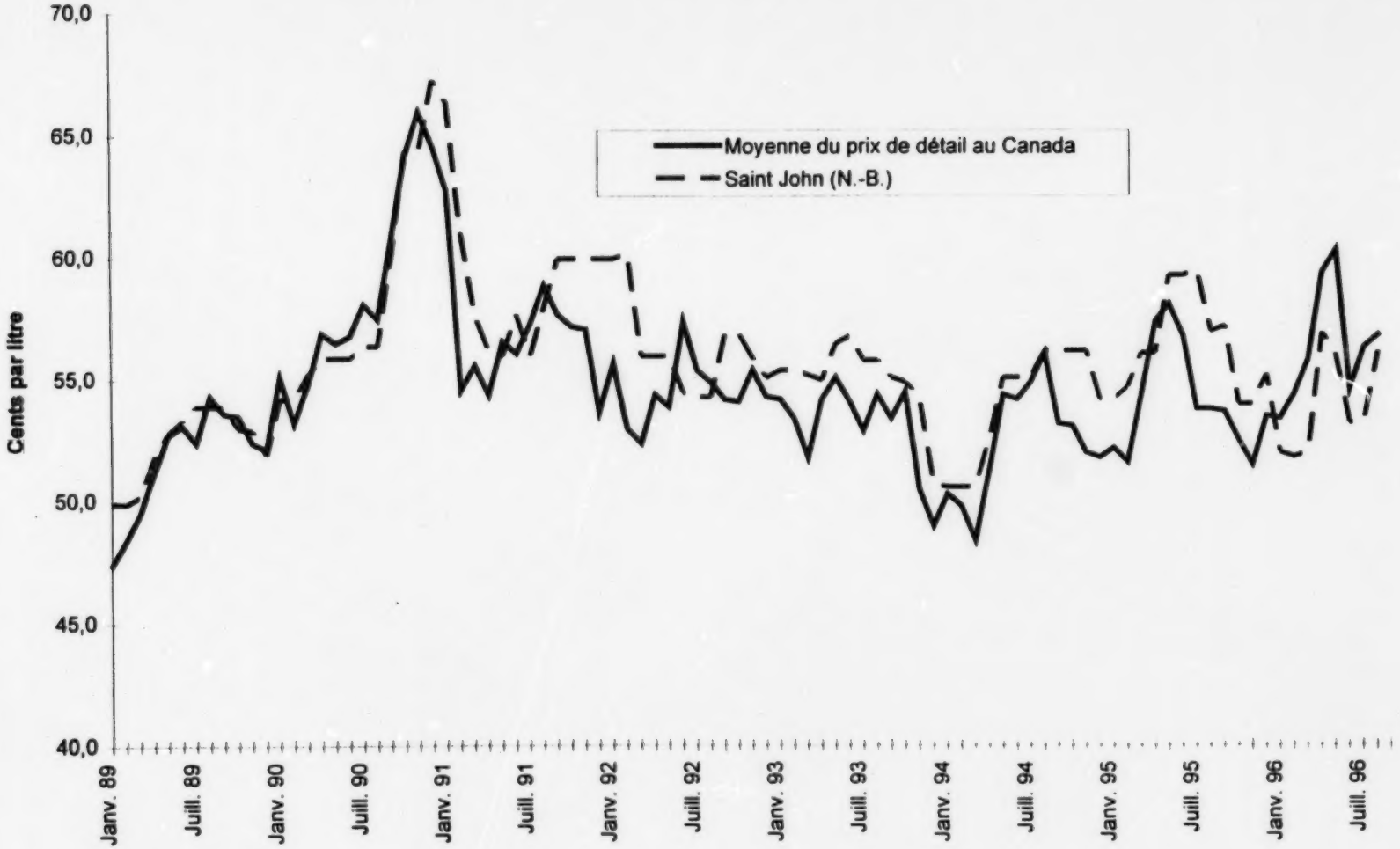
La moyenne du prix au Nouveau-Brunswick est prise sur les 11 plus grandes municipalités de la province.
Le prix à la frontiètiere du Maine et du Nouveau-Brunswick est la moyenne pour Madawaska, Houlton et Calais.
Source : Enquêtes du MRNE, RNCan.

Pièce D2 — Moyenne du prix de détail à Saint John, taxes comprises, et prix du pétrole brut, 1989-1996



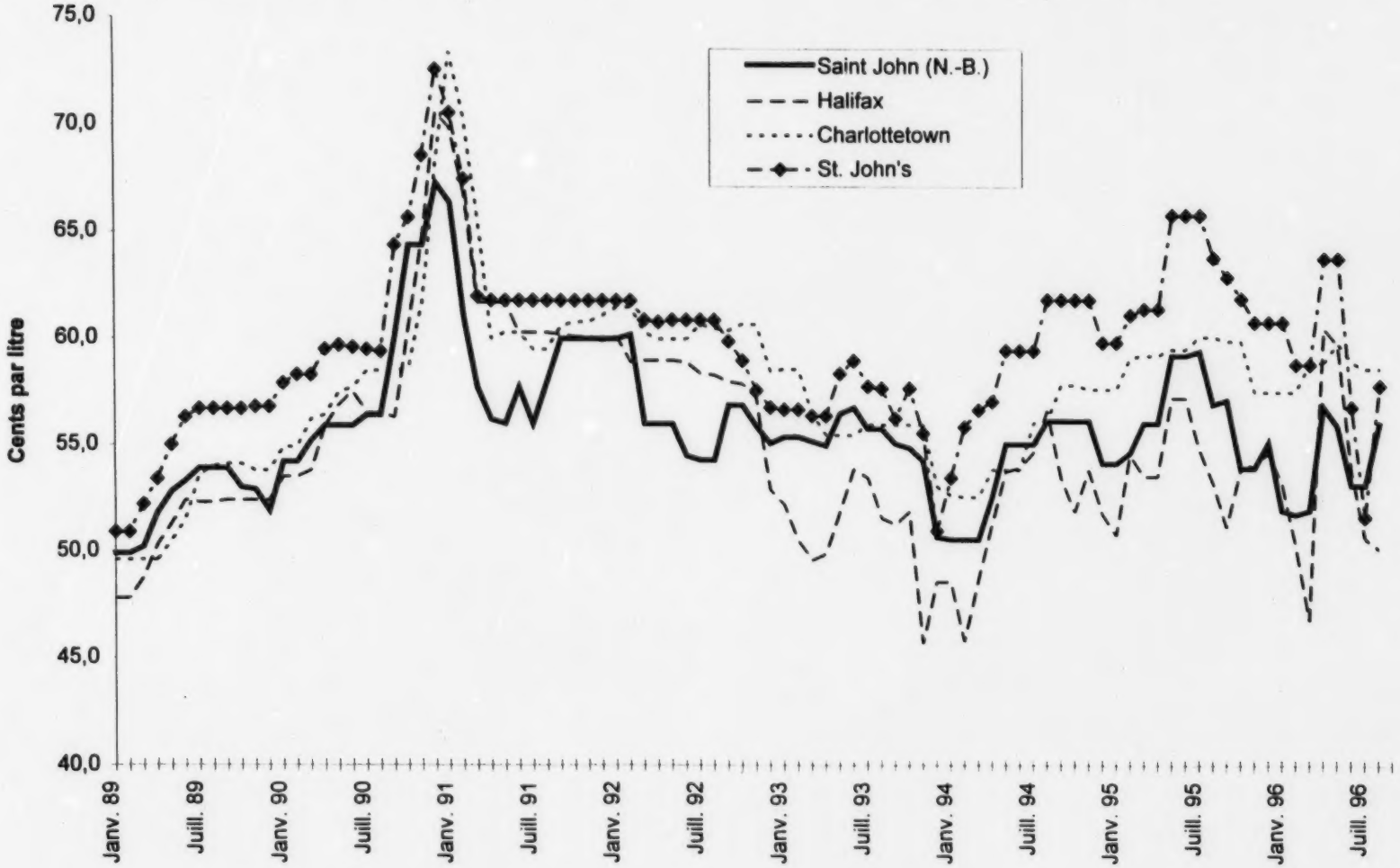
Source : Enquêtes du MRNE, RNCan.

Pièce D3 — Moyenne du prix de détail à Saint John et moyenne du prix de détail au Canada, taxes comprises, 1989 - 1996



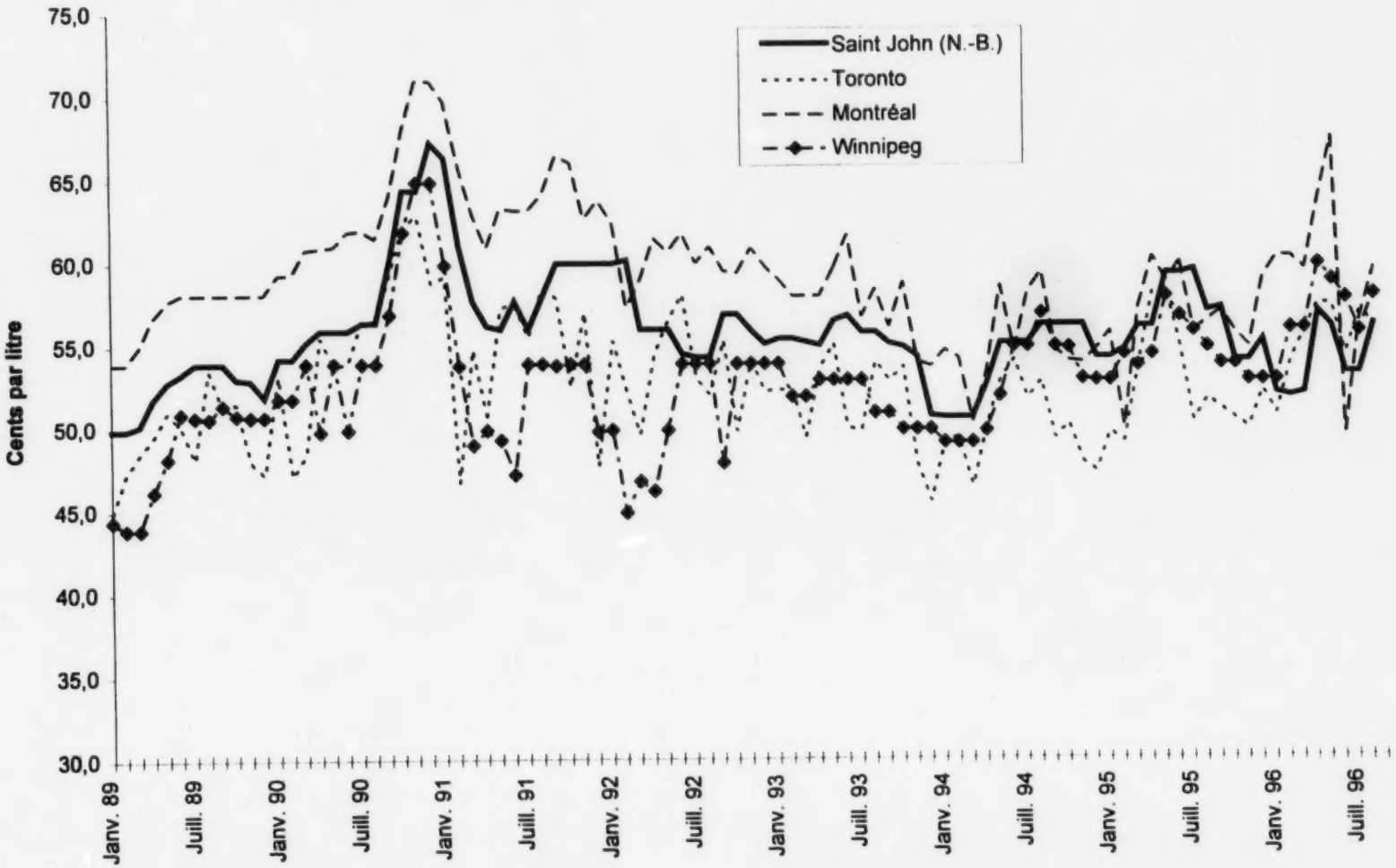
La moyenne canadienne est prise sur 10 grandes villes.
Source : RNCan.

Pièce D4 — Moyenne du prix de détail à Saint John et moyenne du prix de détail, taxes comprises, pour les grandes villes de l'Atlantique, 1989 - 1996



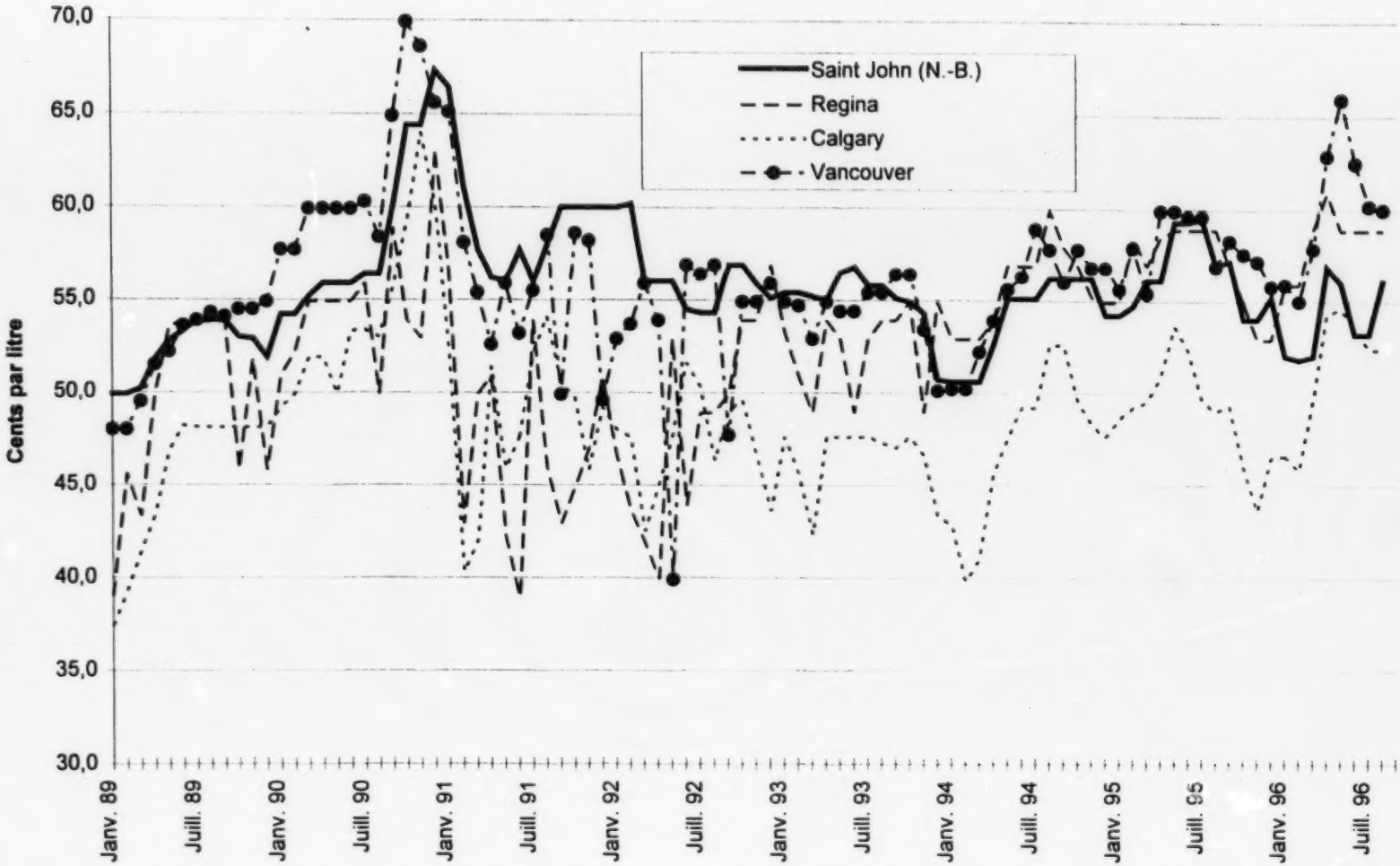
Source : RNCan.

Pièce D5 — Moyenne du prix de détail à Saint John et moyenne du prix de détail, taxes comprises, dans des grandes villes du centre du Canada, 1989 - 1996



Source : RNCan.

Pièce D6 — Moyenne du prix de détail à Saint John et moyenne du prix de détail, taxes comprises, dans des grandes villes de l'ouest du Canada, 1989 - 1996

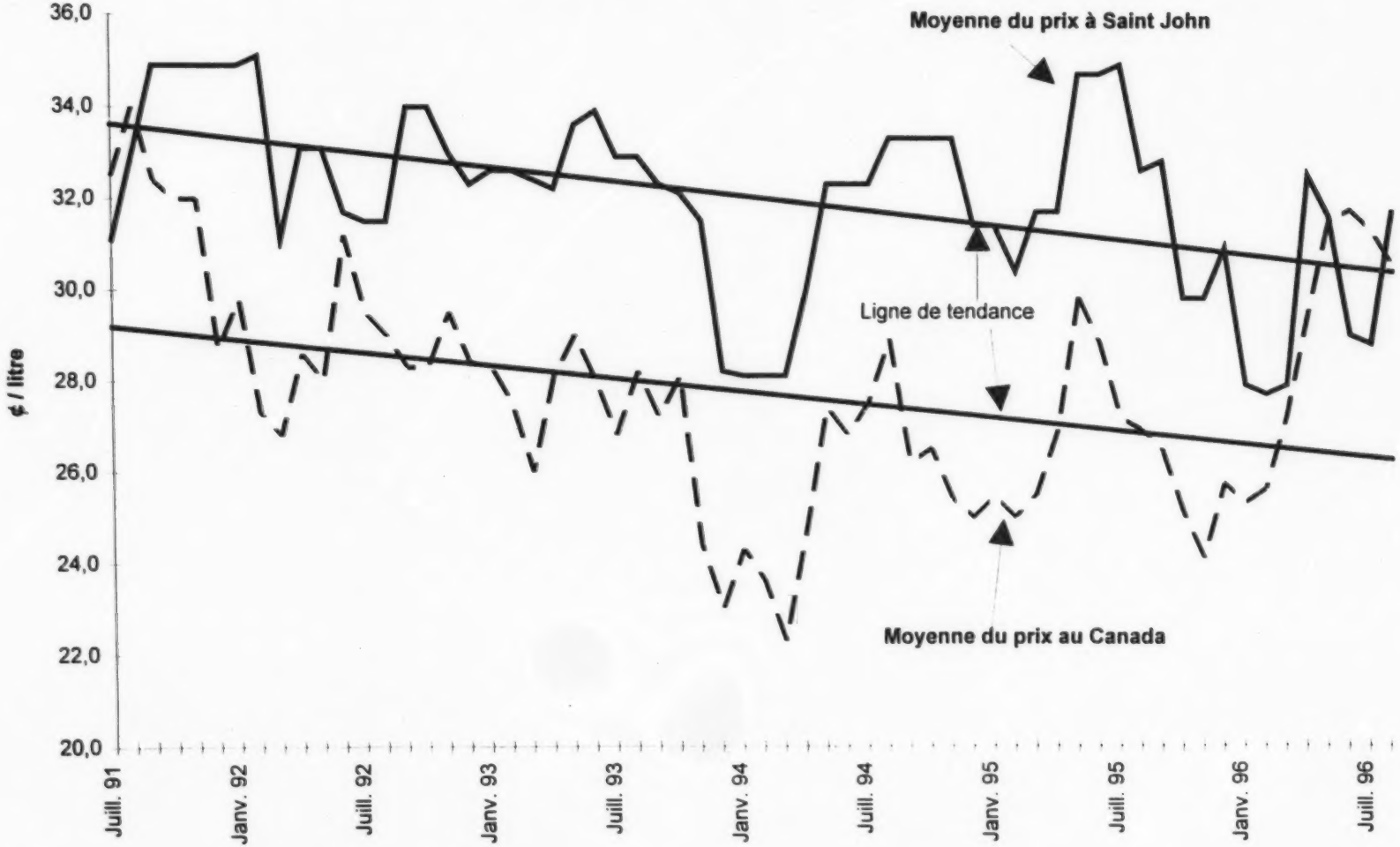


Source : RNCan.

Pièce D7 — Moyenne du prix de détail au Nouveau-Brunswick et moyenne du prix de détail, taxes en sus, à la frontière du Maine et du Nouveau-Brunswick, 1989 - 1996

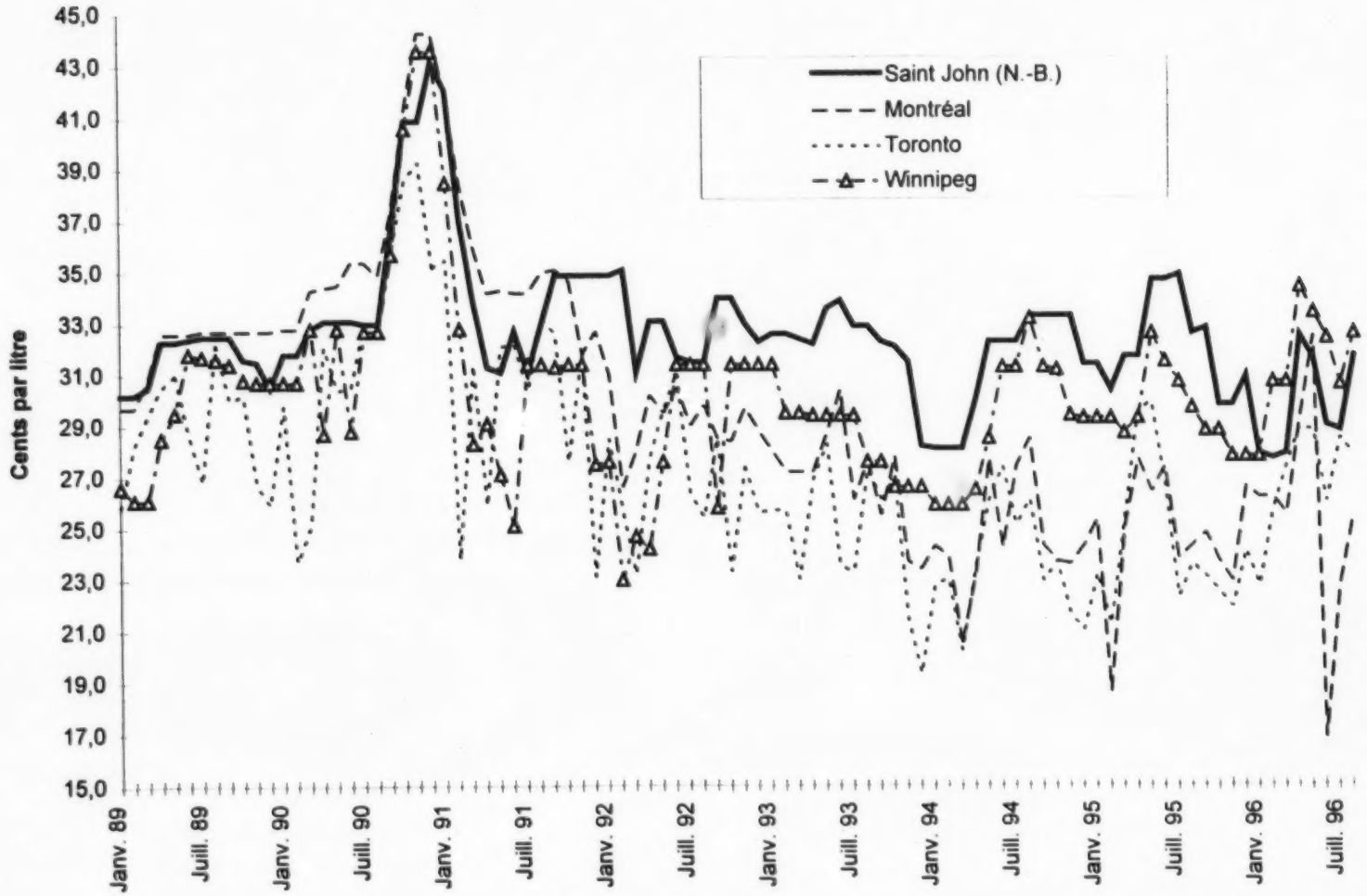
La moyenne du prix au Nouveau-Brunswick est prise sur les 11 plus grandes municipalités de la province.
Le prix à la frontière du Maine et du Nouveau-Brunswick est la moyenne pour Madawaska, Houlton et Calais.
Source : Enquêtes du MRNE.

Pièce D8 — Moyenne du prix de détail à Saint John et moyenne du prix au Canada, taxes en sus, de juillet 1991 à août 1996



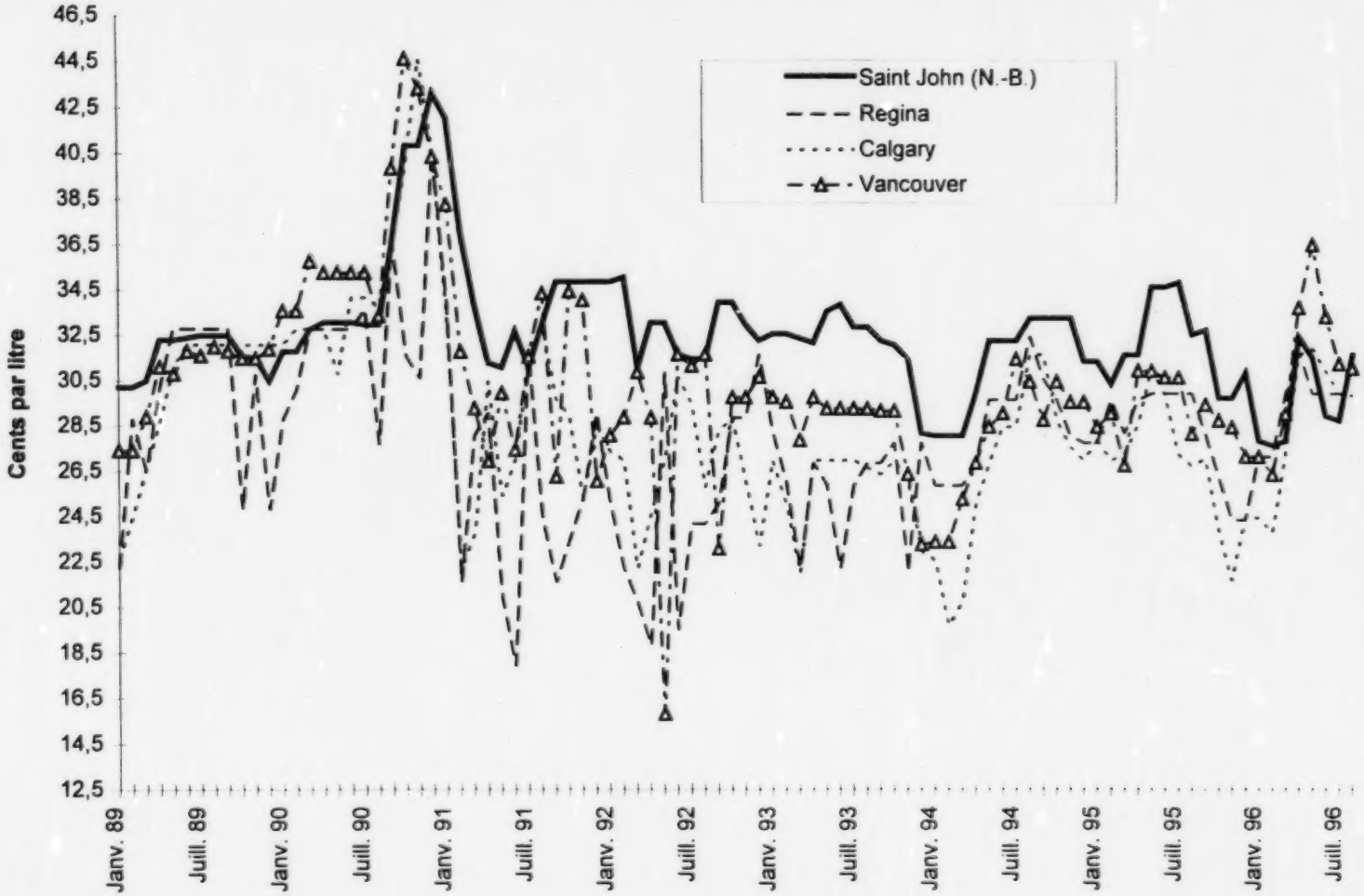
La moyenne canadienne est prise sur 10 grandes villes.
Source : RNCan.

Pièce D9 — Moyenne du prix de détail à Saint John et moyenne du prix de détail, taxes en sus, dans des grandes villes du centre du Canada, 1989 - 1996



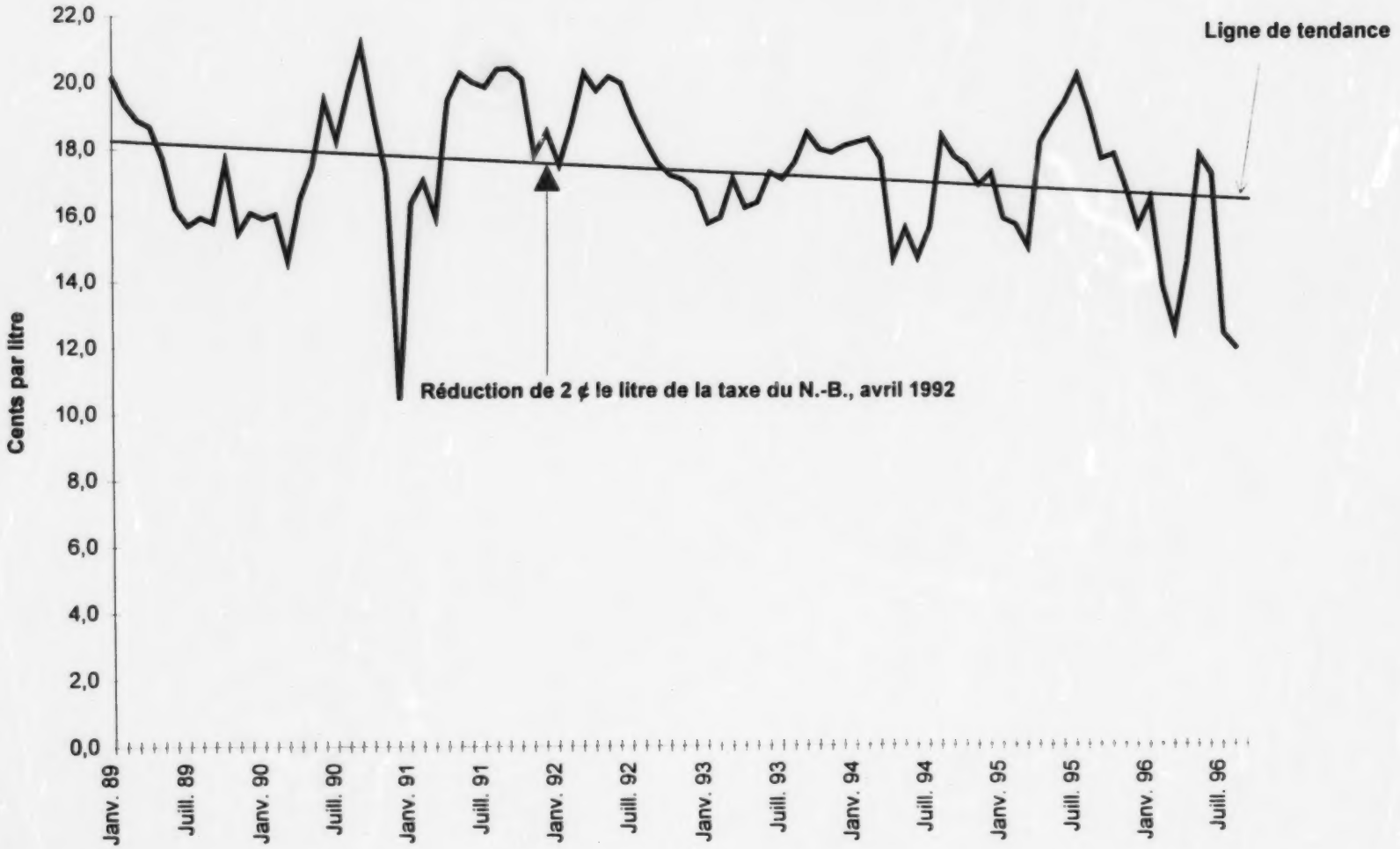
Source : RNCan.

Pièce D10 — Moyenne du prix de détail à Saint John et moyenne du prix de détail, taxes en sus, dans des grandes villes du l'ouest du Canada, 1989 - 1996



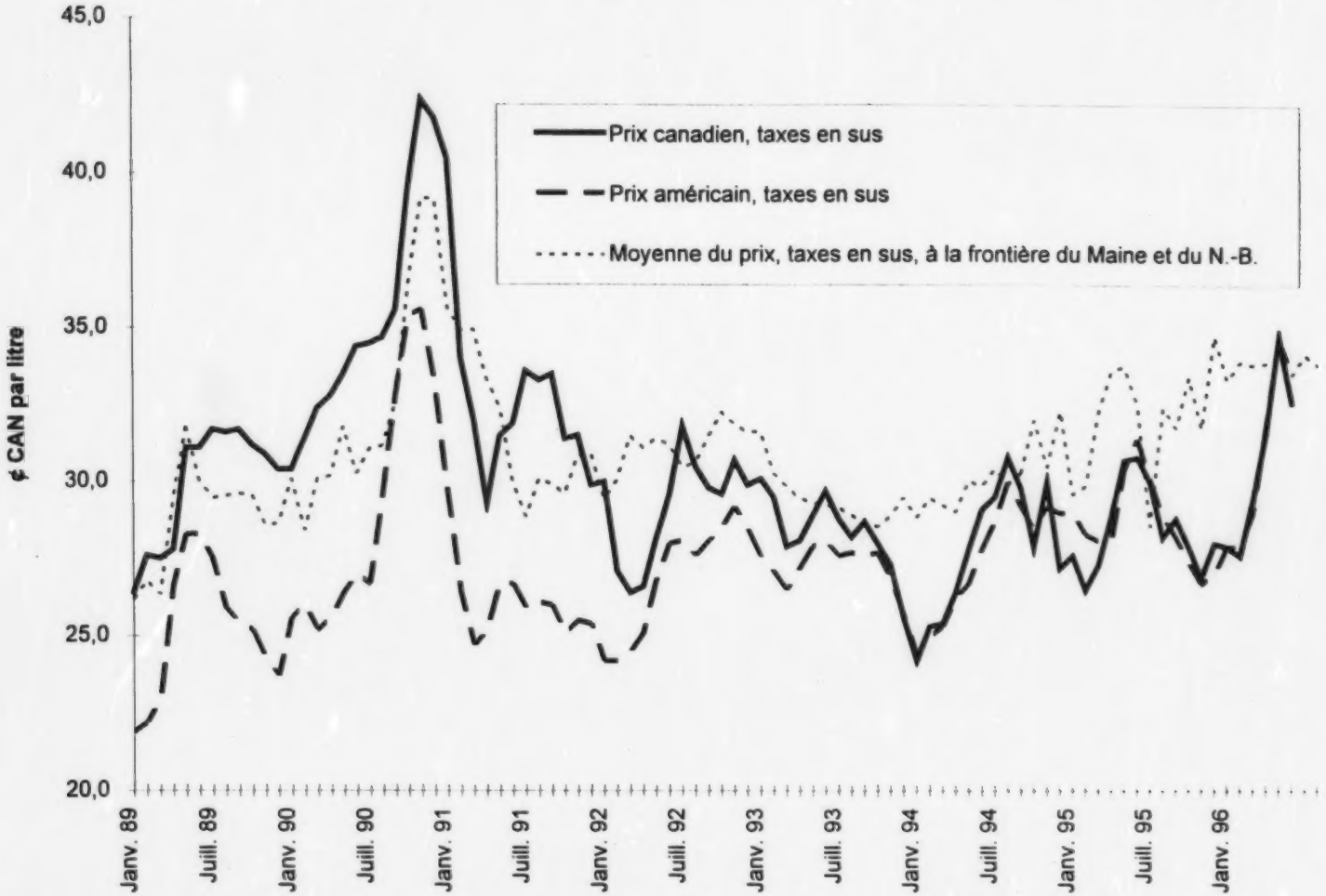
Source : RNCan.

Pièce D11 — Moyenne du prix de détail au Nouveau-Brunsiwck, taxes en sus, moins le coût du brut, 1989 - 1996



Source : Enquêtes du MRNE, RNCan.

Pièce D12 — Moyenne du prix de détail au Canada et aux États-Unis et prix à la frontière du Maine et du Nouveau-Brunswick, taxes en sus, 1989 - 1996



Source : RNCan, enquêtes du MNRE.

Pièce D13 — Total des taxes fédérales et provinciales par province, 1989-1996
Cents par litre

	St. John's	Chtown	Halif.	Saint John (N.-B.)	Mtrl	Tor.	W'peg	Regina	Calg.	Vanc.	Moy. can.
Janv. 89	19,1	18,1	18,0	19,7	24,2	19,1	17,8	16,8	14,8	20,6	19,6
Févr. 89	19,1	18,1	18,0	19,7	24,2	19,1	17,8	16,8	14,8	20,6	19,6
Mars 89	19,1	18,1	18,0	19,7	24,2	19,1	17,8	16,8	14,8	20,6	19,8
Avril 89	19,0	18,0	17,9	19,5	24,1	19,0	17,7	19,7	14,7	20,4	19,6
Mai 89	20,0	19,0	18,9	20,5	25,1	20,0	18,7	20,7	15,7	21,4	21,1
Juin 89	21,3	19,7	20,0	20,9	25,5	21,4	19,1	21,1	16,1	21,8	21,5
Juill. 89	21,7	19,8	19,9	21,4	25,4	21,3	19,0	21,0	16,0	22,3	21,5
Août 89	21,7	20,1	19,9	21,4	25,4	21,3	19,0	21,0	16,0	22,3	21,5
Sept. 89	21,7	20,1	20,0	21,4	25,4	21,3	20,0	21,0	16,0	22,3	21,5
Oct. 89	21,7	20,2	20,0	21,4	25,4	21,3	20,0	21,0	16,0	23,0	21,6
Nov. 89	21,7	20,2	20,0	21,4	25,4	21,3	20,0	21,0	16,0	23,0	21,6
Déc. 89	21,7	20,2	20,0	21,4	25,4	21,3	20,0	21,0	16,0	23,0	21,6
Janv. 90	22,8	21,3	21,1	22,4	26,5	23,4	21,1	22,1	17,1	24,1	23,1
Févr. 90	23,1	21,3	21,1	22,4	26,5	23,4	21,1	22,1	17,1	24,1	23,1
Mars 90	23,1	21,3	21,4	22,4	26,5	23,4	21,1	22,1	19,1	24,1	23,4
Avril 90	23,1	22,9	21,4	22,8	26,5	23,4	21,1	22,1	19,1	24,6	23,4
Mai 90	23,4	22,9	22,4	22,8	26,5	23,4	21,1	22,1	19,1	24,6	23,5
Juin 90	23,4	22,9	23,0	22,8	26,5	23,4	21,1	22,1	19,1	24,6	23,5
Juill. 90	23,5	23,5	23,1	23,4	26,6	23,5	21,2	22,2	19,2	25,0	23,5
Août 90	23,5	23,5	23,1	23,4	26,6	23,5	21,2	22,2	19,2	25,0	23,5
Sept. 90	23,5	23,5	22,9	23,4	26,6	23,5	21,2	22,2	19,2	25,0	23,5
Oct. 90	24,7	23,6	23,0	23,5	26,7	23,6	21,3	22,3	19,3	25,2	23,6
Nov. 90	24,7	23,6	23,0	23,5	26,7	23,6	21,3	22,3	19,3	25,2	23,6
Déc. 90	24,7	23,6	24,8	24,1	26,7	23,6	21,3	22,3	19,3	25,2	23,7
Janv. 91	25,5	26,9	26,9	24,3	27,9	23,7	21,4	22,2	18,9	26,8	24,2
Févr. 91	25,3	26,7	26,7	24,0	27,4	22,9	21,0	21,3	18,1	26,3	23,5
Mars 91	26,3	26,4	26,2	23,8	27,0	23,4	20,7	21,8	18,2	26,1	23,6
Avril 91	26,2	24,7	26,2	24,9	26,7	24,8	20,8	21,8	20,9	25,6	24,4
Mai 91	26,2	24,7	26,2	24,9	29,0	25,2	22,2	21,3	20,5	25,9	25,1
Juin 91	26,2	24,7	24,8	25,0	29,0	25,3	22,1	21,0	20,6	25,7	25,0
Juill. 91	26,2	23,9	24,8	24,9	29,0	25,1	22,5	22,0	20,9	23,9	24,8
Août 91	26,2	23,9	24,8	25,0	29,2	25,3	22,5	21,5	21,0	24,1	24,9
Sept. 91	26,2	24,0	24,7	25,1	31,4	25,3	22,5	21,3	20,8	23,6	25,3
Oct. 91	26,2	24,2	24,7	25,1	31,4	24,9	22,5	21,4	20,8	24,1	25,2
Nov. 91	26,2	24,2	24,7	25,1	30,9	25,2	22,5	21,6	20,5	24,1	25,1
Déc. 91	26,2	24,2	24,7	25,1	31,1	24,6	22,3	21,8	20,7	23,5	25,0
Janv. 92	26,2	24,3	24,7	25,1	31,4	26,8	22,3	21,5	20,6	24,8	25,9
Févr. 92	26,2	24,3	24,7	25,1	30,7	26,6	21,9	21,4	20,6	24,8	25,7
Mars 92	26,2	24,2	24,7	24,9	31,0	26,4	22,1	21,2	20,3	25,0	25,6
Avril 92	26,2	24,0	25,0	22,9	31,3	26,8	22,0	21,1	20,4	25,0	25,8
Mai 92	26,2	24,0	25,0	22,9	31,2	26,9	22,3	22,0	20,6	24,1	25,9
Juin 92	26,2	24,0	24,9	22,8	31,3	27,0	22,5	24,4	20,9	25,2	26,2
Juill. 92	26,2	24,0	24,8	22,8	31,0	26,7	22,5	24,7	20,8	25,2	25,9
Août 92	26,2	24,0	24,6	22,8	31,2	26,6	22,5	24,7	20,5	25,2	25,9
Sept. 92	26,1	24,0	24,6	22,9	31,0	26,8	22,1	24,8	20,7	24,6	25,9
Oct. 92	26,1	24,2	24,6	22,9	31,0	26,5	22,5	25,0	20,7	25,1	25,8
Nov. 92	26,0	24,2	24,5	22,9	31,2	26,7	22,5	25,0	20,5	25,1	25,9
Déc. 92	27,9	24,0	23,8	22,8	31,0	26,6	22,5	25,2	20,4	25,2	25,9

Source : RNCan.

Pièce D13 — Total des taxes fédérales et provinciales par province, 1989-1996
Cents par litre

	St. John's	Chtown	Halif.	Saint John (N.-B.)	Mtrl	Tor.	W'peg	Regina	Calg.	Vanc.	Moy. can.
Janv. 93	27,9	24,0	23,7	22,8	31,0	26,6	22,5	25,0	20,6	25,1	25,9
Févr. 93	27,9	24,0	23,6	22,8	30,8	26,6	22,4	24,8	20,5	25,1	25,9
Mars 93	27,9	23,9	22,6	22,8	30,8	26,4	22,4	26,7	20,3	25,0	25,8
Avril 93	27,9	22,8	22,7	22,8	30,8	26,7	23,5	27,0	20,6	25,1	26,1
Mai 93	28,0	22,8	23,0	22,9	31,0	26,8	23,5	27,0	20,6	25,1	26,1
Juin 93	28,1	23,4	23,1	22,9	31,3	26,5	23,5	26,7	20,6	25,1	26,1
Juill. 93	28,0	23,4	23,1	22,9	30,6	26,5	23,5	27,0	20,6	26,1	26,1
Août 93	28,0	23,4	23,4	22,9	30,8	26,7	23,3	27,0	20,6	26,1	26,2
Sept. 93	27,9	23,4	25,4	22,8	30,6	26,7	23,3	27,0	20,6	27,2	26,2
Oct. 93	28,0	23,4	25,4	22,8	31,0	26,7	23,3	27,1	20,6	27,2	26,4
Nov. 93	27,8	23,4	25,0	22,8	30,3	26,3	23,3	26,7	20,5	27,2	26,2
Déc. 93	27,5	23,2	24,5	22,5	30,3	26,2	23,3	27,1	20,3	26,8	26,0
Janv. 94	27,7	22,6	24,5	22,5	30,4	26,4	23,2	27,0	20,3	26,8	26,1
Févr. 94	27,9	22,6	24,3	22,5	30,3	26,4	23,2	27,0	20,1	26,8	26,1
Mars 94	28,7	22,6	23,9	22,5	29,8	26,2	23,2	27,0	20,2	26,9	26,0
Avril 94	28,7	24,0	24,1	22,6	30,2	26,5	23,3	27,0	20,5	27,0	26,1
Mai 94	28,9	24,0	22,5	22,8	30,9	26,7	23,4	27,2	20,6	27,1	26,4
Juin 94	28,9	24,0	22,5	22,8	30,4	26,7	23,6	27,2	20,7	27,2	26,4
Juill. 94	28,9	24,2	22,6	22,8	30,8	26,6	23,6	27,2	20,7	27,4	26,4
Août 94	29,1	24,2	25,7	22,9	30,9	26,7	23,7	27,4	20,9	27,3	26,5
Sept. 94	29,1	24,3	25,5	22,9	30,4	26,4	23,6	27,3	20,9	27,2	26,3
Oct. 94	29,1	24,3	25,4	22,9	30,3	26,5	23,6	27,2	20,7	27,3	26,3
Nov. 94	29,1	24,3	25,5	22,9	30,3	26,3	23,5	27,1	20,7	27,2	26,2
Déc. 94	28,9	24,3	25,4	22,8	30,4	26,3	23,5	27,1	20,6	27,2	26,2
Janv. 95	28,9	24,3	25,3	22,8	30,5	26,5	23,5	27,1	20,7	27,1	26,3
Févr. 95	30,5	25,9	27,1	24,3	31,3	27,9	25,1	28,8	22,2	28,8	27,6
Mars 95	30,5	25,9	27,0	24,4	32,2	28,2	25,0	28,7	22,2	28,6	28,0
Avril 95	30,5	25,9	27,0	24,4	32,6	28,5	25,1	28,8	22,3	28,9	28,2
Mai 95	30,8	25,9	27,3	24,6	32,4	28,5	25,3	28,9	22,5	28,9	28,3
Juin 95	30,8	25,9	27,3	24,6	32,6	28,3	25,2	28,9	22,4	28,9	28,2
Juill. 95	30,8	25,9	27,1	24,6	32,0	28,0	25,1	28,9	22,3	28,9	27,9
Août 95	30,7	25,9	27,0	24,4	32,1	28,1	25,1	28,9	22,2	28,7	27,9
Sept. 95	30,6	25,9	26,9	24,4	32,2	28,0	25,0	28,7	22,2	28,8	27,9
Oct. 95	30,6	25,9	27,0	24,2	32,0	28,0	25,0	28,6	22,0	28,8	27,9
Nov. 95	30,5	25,9	27,1	24,2	31,9	28,0	25,0	28,5	21,9	28,7	27,8
Déc. 95	30,5	25,8	27,1	24,3	32,4	28,1	25,0	28,5	22,0	28,6	27,9
Janv. 96	30,5	25,8	27,0	24,1	34,1	28,0	25,0	28,7	22,1	28,7	28,4
Fév. 96	30,4	25,8	26,8	24,1	34,1	28,2	25,0	28,7	22,0	28,6	28,4
Mars 96	30,4	25,9	26,6	24,1	34,0	28,3	25,2	28,9	22,3	28,8	28,5
Avril 96	30,7	25,9	27,5	24,4	34,5	28,5	25,4	29,0	22,6	29,1	28,8
Mai 96	30,7	25,9	27,4	24,4	35,0	28,5	25,4	28,9	22,6	29,3	28,9
Juin 96	30,2	25,9	27,0	24,2	32,7	28,3	25,3	28,9	22,5	29,1	28,2
Juill. 96	29,9	25,8	26,8	24,4	33,6	28,3	25,1	28,9	22,4	28,9	28,4
Août 96	30,3	25,8	26,8	24,4	34,0	28,4	25,3	28,9	22,4	28,9	28,6

Source : RNCan.

Pièce D14 — Taxes fédérales, provinciales et d'État au Nouveau-Brunswick et au Maine, 1989-1996

	Taxes fédérales			Taxe sur carbu-rants N.-B.	Total Taxes N.-B. et fédér.	Taxes sur carburants du Maine				Cours du change CAN — US	
	Accise	TVF/TPS	Total			Taxes d'État du Me	Taxes fédér. amér.	Total ¢ US gal am.	Total ¢ CAN litre	$ CAN	$ US
Janv. 89	6,5	3,3	9,8	9,9	19,7	14,0	9,0	23,0	7,2	1,1914	83,9
Févr. 89	6,5	3,3	9,8	9,9	19,7	14,0	9,0	23,0	7,2	1,1890	84,1
Mars 89	6,5	3,3	9,8	9,9	19,7	14,0	9,0	23,0	7,3	1,1953	83,7
Avril 89	6,5	3,2	9,7	9,8	19,5	14,0	9,0	23,0	7,2	1,1886	84,1
Mai 89	7,5	3,2	10,7	9,8	20,5	14,0	9,0	23,0	7,2	1,1880	84,2
Juin 89	7,5	3,6	11,1	9,8	20,9	14,0	9,0	23,0	7,2	1,1927	83,8
Juill. 89	7,5	3,5	11,0	10,4	21,4	14,0	9,0	23,0	7,3	1,1984	83,4
Août 89	7,5	3,5	11,0	10,4	21,4	14,0	9,0	23,0	7,2	1,1888	84,1
Sept. 89	7,5	3,5	11,0	10,4	21,4	14,0	9,0	23,0	7,1	1,1754	85,1
Oct. 89	7,5	3,5	11,0	10,4	21,4	14,0	9,0	23,0	7,2	1,1827	84,6
Nov. 89	7,5	3,5	11,0	10,4	21,4	14,0	9,0	23,0	7,1	1,1748	85,1
Déc. 89	7,5	3,5	11,0	10,4	21,4	14,0	9,0	23,0	7,1	1,1696	85,5
Janv. 90	8,5	3,6	12,1	10,3	22,4	14,0	9,0	23,0	7,1	1,1714	85,4
Févr. 90	8,5	3,6	12,1	10,3	22,4	14,0	9,0	23,0	7,3	1,1965	83,6
Mars 90	8,5	3,6	12,1	10,3	22,4	14,0	9,0	23,0	7,3	1,1965	83,6
Avril 90	8,5	3,6	12,1	10,7	22,8	14,0	9,0	23,0	7,2	1,1807	84,7
Mai 90	8,5	3,6	12,1	10,7	22,8	14,0	9,0	23,0	7,1	1,1639	85,9
Juin 90	8,5	3,6	12,1	10,7	22,8	14,0	9,0	23,0	7,1	1,1746	85,1
Juill. 90	8,5	3,7	12,2	11,2	23,4	14,0	9,0	23,0	7,1	1,1728	85,3
Août 90	8,5	3,7	12,2	11,2	23,4	14,0	9,0	23,0	7,0	1,1568	86,4
Sept. 90	8,5	3,8	12,3	11,2	23,5	14,0	9,0	23,0	7,0	1,1580	86,4
Oct. 90	8,5	3,8	12,3	11,2	23,5	14,0	9,0	23,0	7,0	1,1596	86,2
Nov. 90	8,5	3,8	12,3	11,8	24,1	14,0	9,0	23,0	7,1	1,1634	86,0
Déc. 90	8,5	4,2	12,7	11,5	24,2	14,0	9,0	23,0	7,0	1,1601	86,2
Janv. 91	8,5	4,2	12,7	11,5	24,2	14,0	9,0	23,0	7,0	1,1559	86,5
Févr. 91	8,5	4,2	12,7	11,5	24,2	14,0	9,0	23,0	7,0	1,1543	86,6
Mars 91	8,5	3,5	12,0	12,7	24,7	14,0	9,0	23,0	7,0	1,1569	86,4
Avril 91	8,5	3,5	12,0	12,7	24,7	14,0	9,0	23,0	7,0	1,1530	86,7
Mai 91	8,5	3,5	12,0	12,7	24,7	19,0	14,0	33,0	10,0	1,1494	87,0
Juin 91	8,5	3,6	12,1	12,7	24,8	19,0	14,0	33,0	10,0	1,1437	87,4
Juill. 91	8,5	3,6	12,1	12,7	24,8	19,0	14,0	33,0	10,0	1,1486	87,1
Août 91	8,5	3,6	12,1	12,7	24,8	19,0	14,0	33,0	10,0	1,1469	87,2
Sept. 91	8,5	3,7	12,2	12,7	24,9	19,0	14,0	33,0	9,9	1,1346	88,1
Oct. 91	8,5	3,7	12,2	12,7	24,9	19,0	14,0	33,0	9,8	1,1274	88,7
Nov. 91	8,5	3,7	12,2	12,7	24,9	19,0	14,0	33,0	9,9	1,1386	87,8
Déc. 91	8,5	3,4	11,9	12,7	24,6	19,0	14,0	33,0	10,0	1,1465	87,2
Janv. 92	8,5	3,4	11,9	12,7	24,6	19,0	14,0	33,0	10,1	1,1557	86,5
Févr. 92	8,5	3,4	11,9	12,7	24,6	19,0	14,0	33,0	10,3	1,1824	84,6
Mars 92	8,5	3,3	11,8	10,7	22,5	19,0	14,0	33,0	10,4	1,1927	83,8
Avril 92	8,5	3,3	11,8	10,7	22,5	19,0	14,0	33,0	10,4	1,1877	84,2
Mai 92	8,5	3,3	11,8	10,7	22,5	19,0	14,0	33,0	10,5	1,1990	83,4
Juin 92	8,5	3,7	12,2	10,7	22,9	19,0	14,0	33,0	10,4	1,1962	83,6
Juill. 92	8,5	3,7	12,2	10,7	22,9	19,0	14,0	33,0	10,4	1,1913	83,9
Août 92	8,5	3,7	12,2	10,7	22,9	19,0	14,0	33,0	10,4	1,1906	84,0
Sept. 92	8,5	3,5	12,0	10,7	22,7	19,0	14,0	33,0	10,7	1,2222	81,8
Oct. 92	8,5	3,5	12,0	10,7	22,7	19,0	18,4	37,4	12,3	1,2453	80,3
Nov. 92	8,5	3,5	12,0	10,7	22,7	19,0	18,4	37,4	12,5	1,2682	78,8
Déc. 92	8,5	3,4	11,9	10,7	22,6	19,0	18,4	37,4	12,6	1,2726	78,6

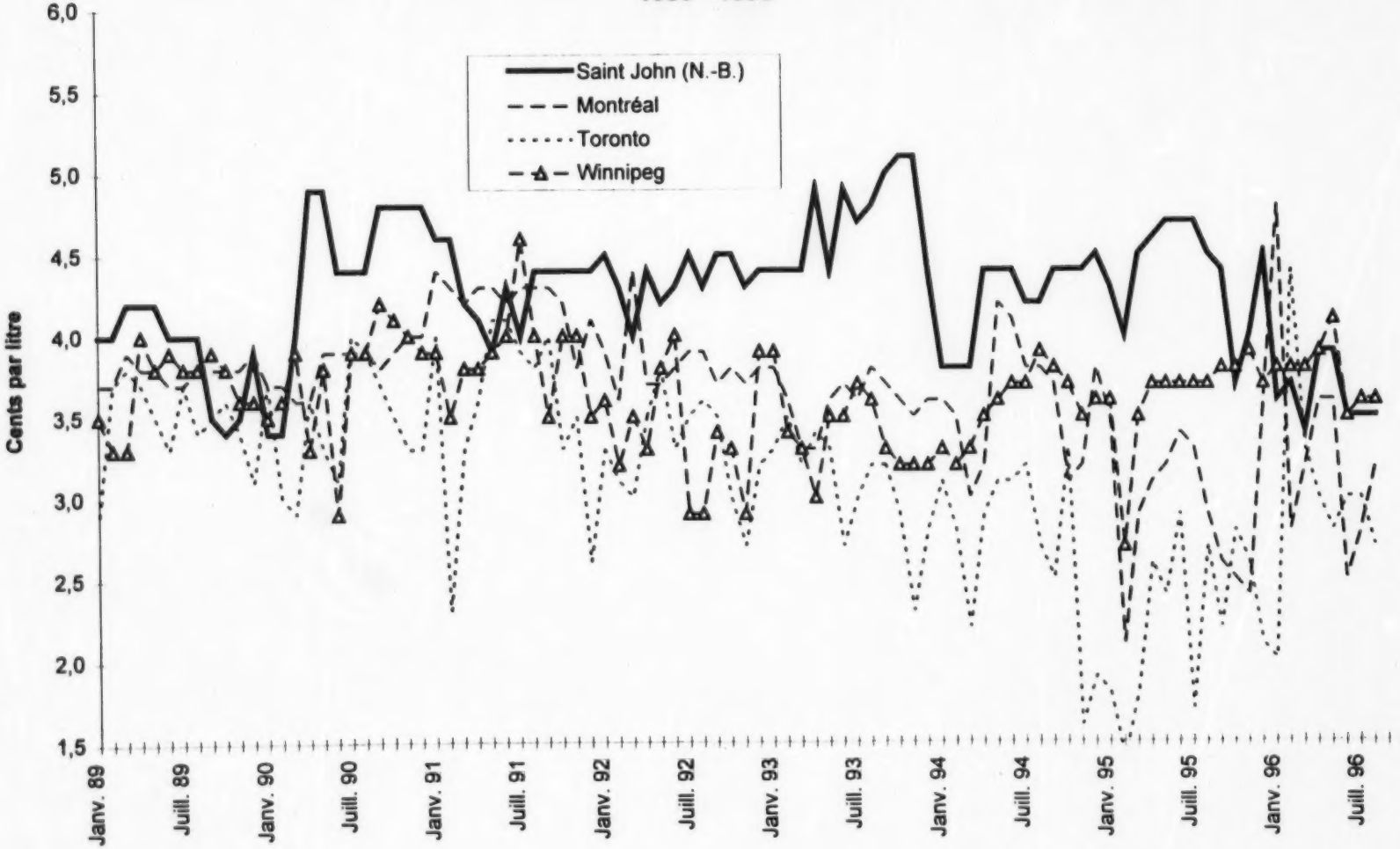
Source : RNCan, MRNENB.

Pièce D14 — Taxes fédérales, provinciales et d'État au Nouveau-Brunswick et au Maine, 1989-1996

	Taxes fédérales			Taxe sur carbu-rants N.-B.	Total Taxes N.-B. et fédér.	Taxes sur carburants du Maine				Cours du change CAN — US	
	Accise	TVF/TPS	Total			Taxes d'État du Me	Taxes fédér. amér.	Total ¢ US gal am.	Total ¢ CAN litre	$ CAN	$ US
Janv. 93	8,5	3,4	11,9	10,7	22,6	19,0	18,4	37,4	12,6	1,2781	78,2
Févr. 93	8,5	3,4	11,9	10,7	22,6	19,0	18,4	37,4	12,5	1,2600	79,4
Mars 93	8,5	3,3	11,8	10,7	22,5	19,0	18,4	37,4	12,3	1,2469	80,2
Avril 93	8,5	3,3	11,8	10,7	22,5	19,0	18,4	37,4	12,5	1,2620	79,2
Mai 93	8,5	3,3	11,8	10,7	22,5	19,0	18,4	37,4	12,5	1,2699	78,7
Juin 93	8,5	3,4	11,9	10,7	22,6	19,0	18,4	37,4	12,6	1,2785	78,2
Juill. 93	8,5	3,4	11,9	10,7	22,6	19,0	18,4	37,4	12,7	1,2822	78,0
Août 93	8,5	3,4	11,9	10,7	22,6	19,0	18,4	37,4	12,9	1,3076	76,5
Sept. 93	8,5	3,4	11,9	10,7	22,6	19,0	18,4	37,4	13,1	1,3211	75,7
Oct. 93	8,5	3,4	11,9	10,7	22,6	19,0	18,4	37,4	13,1	1,3262	75,4
Nov. 93	8,5	3,4	11,9	10,7	22,6	19,0	18,4	37,4	13,0	1,3171	75,9
Déc. 93	8,5	3,1	11,6	10,7	22,3	19,0	18,4	37,4	13,2	1,3321	75,1
Janv. 94	8,5	3,1	11,6	10,7	22,3	19,0	18,4	37,4	13,0	1,3175	75,9
Févr. 94	8,5	3,1	11,6	10,7	22,3	19,0	18,4	37,4	13,3	1,3417	74,5
Mars 94	8,5	3,1	11,6	10,7	22,3	19,0	18,4	37,4	13,5	1,3641	73,3
Avril 94	8,5	3,1	11,6	10,7	22,3	19,0	18,4	37,4	13,7	1,3825	72,3
Mai 94	8,5	3,1	11,6	10,7	22,3	19,0	18,4	37,4	13,6	1,3809	72,4
Juin 94	8,5	3,5	12,0	10,7	22,7	19,0	18,4	37,4	13,7	1,3836	72,3
Juill. 94	8,5	3,5	12,0	10,7	22,7	19,0	18,4	37,4	13,7	1,3827	72,3
Août 94	8,5	3,5	12,0	10,7	22,7	19,0	18,4	37,4	13,6	1,3775	72,6
Sept. 94	8,5	3,5	12,0	10,7	22,7	19,0	18,4	37,4	13,4	1,3541	73,8
Oct. 94	8,5	3,6	12,1	10,7	22,8	19,0	18,4	37,4	13,3	1,3494	74,1
Nov. 94	8,5	3,6	12,1	10,7	22,8	19,0	18,4	37,4	13,5	1,3642	73,3
Déc. 94	8,5	3,6	12,1	10,7	22,8	19,0	18,4	37,4	13,7	1,3869	72,1
Janv. 95	8,5	3,6	12,1	10,7	22,8	19,0	18,4	37,4	13,8	1,4008	71,4
Févr. 95	8,5	3,6	12,1	10,7	22,8	19,0	18,4	37,4	13,9	1,4074	71,1
Mars 95	8,5	3,7	12,2	10,7	22,9	19,0	18,4	37,4	13,6	1,3762	72,7
Avril 95	8,5	3,7	12,2	10,7	22,9	19,0	18,4	37,4	13,4	1,3607	73,5
Mai 95	8,5	3,9	12,4	10,7	23,1	19,0	18,4	37,4	13,6	1,3770	72,6
Juin 95	8,5	3,9	12,4	10,7	23,1	19,0	18,4	37,4	13,4	1,3611	73,5
Juill. 95	8,5	3,9	12,4	10,7	23,1	19,0	18,4	37,4	13,4	1,3543	73,8
Août 95	10,0	3,8	13,8	10,7	24,5	19,0	18,4	37,4	13,3	1,3509	74,0
Sept. 95	10,0	3,8	13,8	10,7	24,5	19,0	18,4	37,4	13,3	1,3445	74,4
Oct. 95	10,0	3,7	13,7	10,7	24,4	19,0	18,4	37,4	13,4	1,3533	73,9
Nov. 95	10,0	3,7	13,7	10,7	24,4	19,0	18,4	37,4	13,5	1,3691	73,0
Déc. 95	10,0	3,7	13,7	10,7	24,4	19,0	18,4	37,4	13,5	1,3665	73,2
Janv. 96	10,0	3,7	13,7	10,7	24,4	19,0	18,4	37,4	13,6	1,3755	72,7
Févr. 96	10,0	3,7	13,7	10,7	24,4	19,0	18,4	37,4	13,5	1,3642	73,3
Mars 96	10,0	3,6	13,6	10,7	24,3	19,0	18,4	37,4	13,4	1,3590	73,6
Avril 96	10,0	3,6	13,6	10,7	24,3	19,0	18,4	37,4	13,5	1,3689	73,1
Mai 96	10,0	3,7	13,7	10,7	24,4	19,0	18,4	37,4	13,5	1,3663	73,2
Juin 96	10,0	3,9	13,9	10,7	24,6	19,0	18,4	37,4	13,5	1,3700	73,0
Juill. 96	10,0	3,8	13,8	10,7	24,5	19,0	18,4	37,4	13,6	1,3728	72,8
Août 96	10,0	3,5	13,5	10,7	24,2	20,0	19,4	39,4	14,3	1,3728	72,8

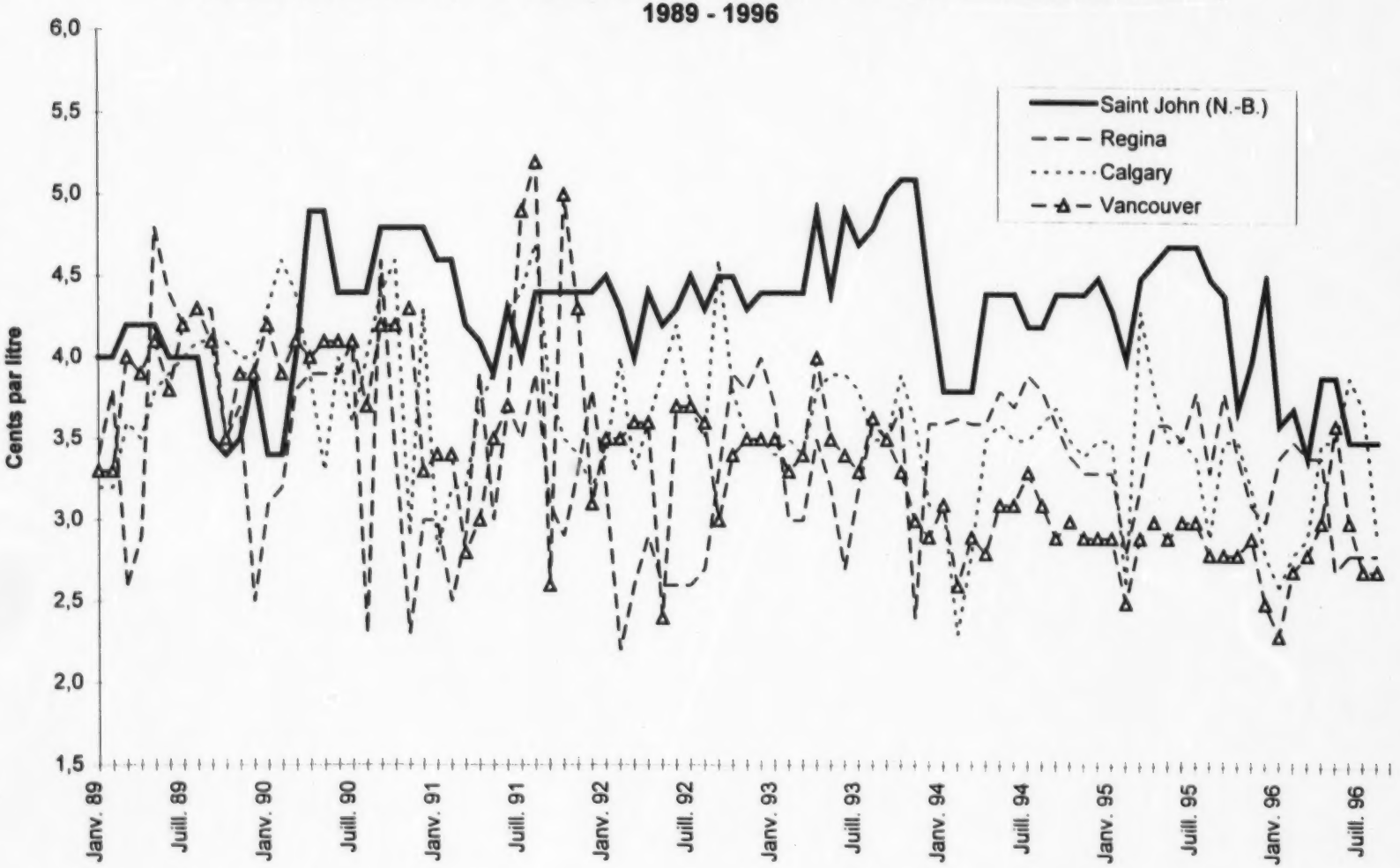
Source : RNCan, MRNENB.

Pièce D15 — Moyenne de la marge bénéficiaire pour le détaillant à Saint John (N.-B.) et marges bénéficiaires pour le détaillant dans des grandes villes du centre du Canada, 1989 - 1996



Source : RNCan.

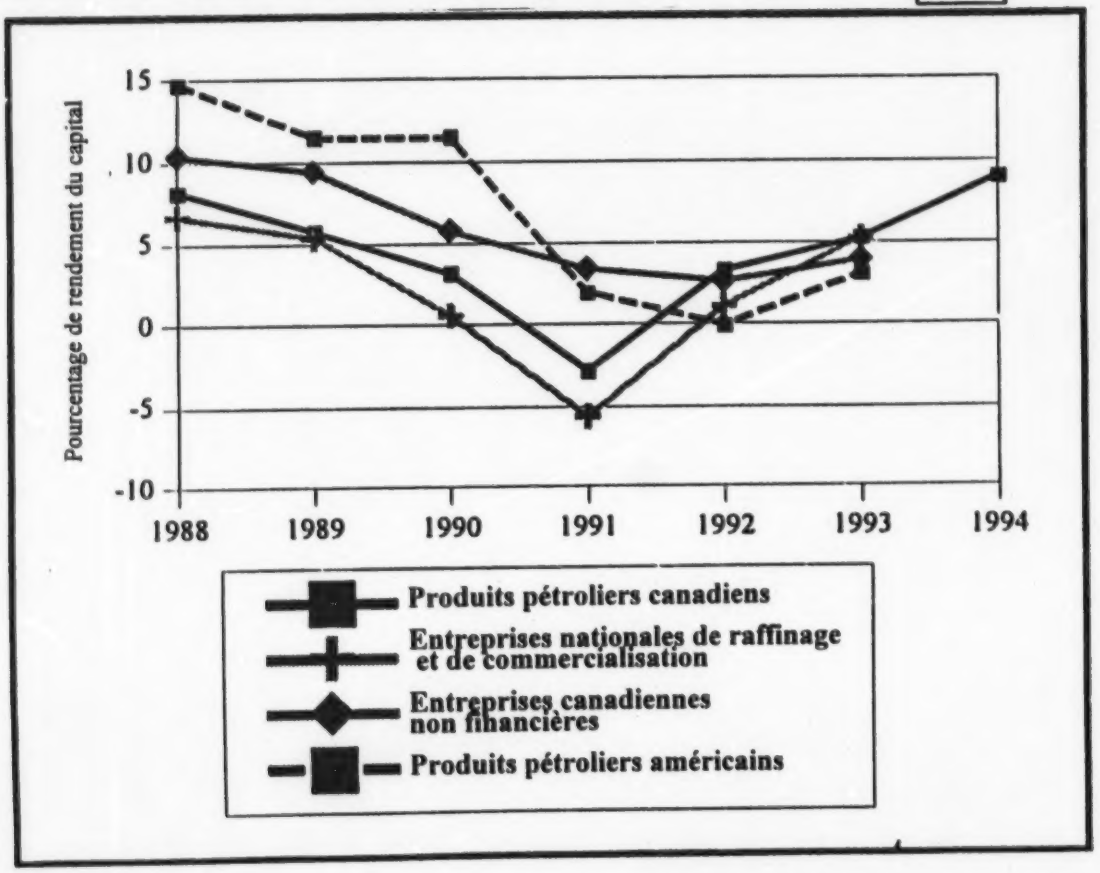
Pièce D16 — Moyenne de la marge bénéficiaire pour le détaillant à Saint John (N.-B.) et marges bénéficiaires pour le détaillant dans des grandes villes de l'ouest du Canada, 1989 - 1996



Source : RNCan.

Pièce D17

Tableau 6
Taux de rendement du capital utilisé



Source : Rapport d'Industrie Canada, *The Canadian Petroleum Refining and Marketing Industry - Sector Competitiveness Framework*, le 9 mars 1995.

Tableau I

Industrie des produits pétroliers : revenus, dépenses et bénéfices

	M$			
	1990	**1991**	**1992**	**1993**
Total des revenus	29 636	25 473	24 002	24 242
Revenus après les taxes d'accise	24 207	22 251	20 699	20 792
Taxes d'accise	5 429	3 222	3 303	3 450
Coût des biens vendus	17 839	16 987	15 486	15 032
Frais d'exploitation	4 046	4 199	3 696	3 658
Frais de recherche et de développement	64	70	42	39
Autres dépenses	(1)	49	35	60
Bénéfices après les coûts au comptant	2 259	946	1 440	2 003
Versements d'intérêts	307	284	174	139
Taxes	520	13	308	236
Dépréciation	685	735	691	662
Revenus avant les postes extraordinaires	747	(86)	267	966
Impôt sur le revenu reporté	9	(214)	(113)	199
Radiations	(71)	(700)	(162)	(238)
Postes extraordinaires	2	(64)	85	(24)
TOTAL DES BÉNÉFICES	669	(636)	303	505

Source : Rapport d'Industrie Canada, *The Canadian Petroleum Refining and Marketing Industry - Sector Competitiveness Framework,* le 9 mars 1995.

Pièce D19
Analyse des frais de transport

A) Produits raffinés à Dartmouth (Nouvelle-Écosse)

Il y a habituellement quatre options pour le transport de Dartmouth jusqu'au Nouveau-Brunswick :

— par camion,
— expédier au terminal de Chatham et transporter de là par camion,
— expédier au terminal de Saint John et transporter de là par camion,
— expédier au terminal de Belledune et transporter de là par camion.

Les stations-services du Sud-Est sont généralement servies par camion de Dartmouth. Le reste de la province est servi à partir du terminal le plus près. Les stations-services du nord-ouest de la province sont généralement approvisionnées de Saint-Romuald (Québec).

	Coût estimatif par litre (1)		
		Distance du terminal le plus près (Saint John, Chatham ou Belledune)	
	Région de Moncton	100 km	200 km
Pleine charge (2)	1,45 ¢	1,65 ¢	2,15 ¢
Charge partielle	1,55 ¢	1,75 ¢	2,25 ¢

B) Produits raffinés à Saint John

	Coût estimatif par litre (1)		
	Distance de Saint John		
	100 km	200 km	300 km
Pleine charge (2)	0,65 ¢	1,1 ¢	1,55 ¢
Charge partielle	0,75 ¢	1,2 ¢	1,65 ¢

1. Les sommes indiquées visent à représenter les coûts typiques et comprennent le transport maritime et les frais au terminal, le cas échéant. La somme payée en réalité par une station-service individuelle variera selon les politiques du fournisseur et les accords contractuels.
2. Une pleine charge serait typiquement de 40 000 L à 46 000 L.

Source : KPMG

Pièce D20 — Aperçu des activités de réglementation au Canada

	Genre de réglementation	Année de mise en oeuvre ou de modification	Prix de l'essence : question d'actualité? Pourquoi?	Mesures prises?	Contact	
Terre-Neuve	Aucune.		Oui. Prix élevés à l'extérieur de St. John's et écart de prix avec le reste du pays.	Enquête ministérielle sur la législation relative aux pratiques de commercialisation équitables.	Wayne Andrews	(709) 729-5899
Nouvelle-Écosse	Aucune depuis 1991.	Auparavant, vastes contrôles des prix, des marges et de la structure	Oui. Préoccupation selon laquelle les prix abusifs élimineraient les indépendants.	Enquête ministérielle sur la législation relative aux pratiques de commercialisation équitables. Le ministre a demandé à rencontrer les pétrolières.	Barb Jones-Gordon	(902) 424-4483
Île-du-Prince-Édouard	Vastes contrôles des prix, des marges et de la structure.	1983 et 1987.	Non.	Rien.	Doris Pursey	(902) 566-4076
Nouveau-Brunswick	Loi sur l'essence, le diesel et le mazout. Contrôle du prix de détail et de la promotion et affichage en bordure de route. Contrôle des prix jamais appliqué.	1987.	Oui. Perception publique que les prix sont plus élevés qu'en N.-É., malgré la taxe provinciale plus basse.	Comité spécial de l'Assemblée législative ayant le mandat général de faire des recommandations au gouvernement. Surveillance ministérielle continue.	Greg Byrne, président, Don Barnett, sous-ministre adjoint	(506) 453-2508 (506) 453-2206
Québec	Aucune.		Oui. Préoccupation selon laquelle les prix abusifs élimineraient les indépendants.	Un comité spécial de sous-ministres et de sous-ministres adjoints fait enquête et présentera des recommandations au gouvernement.	Claude Turgeon	(418) 643-8475
Ontario	Aucune.		Oui. Écart de prix entre Toronto et province.	Surveillance ministérielle.	Barry Bower	(416) 323-5664
Manitoba	Aucune.		Oui. Écart de prix entre Winnipeg et province.	Surveillance ministérielle.	Dennis Mager	(204) 945-2613
Saskatchewan	Aucune.					
Alberta	Aucune.					
Colombie-Britannique	Aucune.		Oui. Différence de prix avec l'Alberta.	Enquête sur les prix de l'essence menée par le président et directeur général de BC Utilities Commission en vertu de la loi sur les enquêtes. Extrait du rapport préliminaire à l'annexe 9A.	Marc Jaccard	(604) 660-4758
Gouvernement du Canada			Oui. Enquête en cours par le Bureau de la politique de concurrence.		Nelson Vermette	(819) 994-0889

Pièce D21 — États américains dotés de lois contre la vente à perte

	ARKANSAS	FLORIDE	UTAH
Historique des mesures législatives	La question des prix abusifs préoccupe les distributeurs indépendants.	Mesure présentée en 1985 pour remplacer une loi sur la dissociation jugée inefficace.	Préoccupations relativement aux prix abusifs.
Objet des mesures	Empêcher les prix abusifs.	Empêcher les prix abusifs.	Empêcher les prix abusifs.
Année d'introduction	1993	1985	1981
Pratiques jugées illégales	A) Un vendeur ne peut vendre, offrir de vendre ou annoncer de vendre au détail à perte du carburant à un détaillant si une telle vente nuit à la concurrence.	A) Il est illégal de vendre ou d'acheter du carburant à un prix inférieur au prix que le vendeur, à la même époque, vend le carburant à une autre personne du même niveau de commercialisation, dans la même région de marché.	Il est illégal de vendre à perte, plus 6 % (marge bénéficiaire pour le détaillant).
	B) Aucune entreprise de raffinage à intégration verticale ne peut vendre ou transférer du carburant à son propre point de vente ou à un point de vente affilié à un prix moindre que le prix auquel le carburant est mis en vente par l'entreprise de raffinage à un vendeur dans la même zone concurrentielle.	B) Il est illégal pour une entreprise de raffinage en activité dans l'État de vendre une qualité de carburant à une point de vente au détail pour un prix moindre que le coût à l'entreprise de raffinage si une telle vente nuit à la concurrence.	
	C) Il est illégal pour une entreprise de raffinage de limiter ou d'attribuer la quantité de carburant offerte à un vendeur distributeur ou à un autre revendeur, à moins que les attributions soient faites de façon non discriminatoire parmi les revendeurs approvisionnés.	C) Il est illégal pour une entreprise autre qu'une entreprise de raffinage en activité dans l'État de vendre une qualité de carburant à un point de vente au détail à un prix inférieur au coût pour l'entreprise autre qu'une entreprise de raffinage si une telle vente nuit à la concurrence.	
	D) Il est illégal pour un vendeur d'offrir ou de donner une remise de subvention locative ou de concession, à moins de l'offrir à tous les revendeurs.	D) Il est illégal pour un vendeur d'offrir ou de donner une remise de subvention locative ou de concession, à moins de l'offrir à tous les revendeurs.	
Recours	A) Recours civils et amendes maximales de 1 000 $ par jour d'infraction.	Amendes maximales de 10 000 $ par jour, jusqu'à concurrence de 250 000 $.	Le procureur général intente des poursuites.
	B) Injonctions. C) Dommages-intérêts après trois fois.	B) Injonctions.	
Efficacité	Les prix sont restés peu élevés, les pétrolières intégrées ont quitté l'État. M^me^ Hines dit que les mesures fonctionnent et qu'elle ne changerait rien.	La Florida Petroleum Marketers Association juge les mesures efficaces. Elles ont résisté à la contestation constitutionnelle.	Oui, concurrence améliorée. Effet de prévention. Aucune condamnation, mais deux règlements à l'amiable.
Autres caractéristiques	Il y a infraction de prime abord si un demandeur montre que le prix d'achat qu'il a payé à une entreprise de raffinage ou de commercialisation plus ses frais d'affaires sont plus élevés que le prix de détail affiché par le distributeur en question.	Les concurrents qui affichent des prix inférieurs aux prix affichés du terminal doivent immédiatement être signalés à la division des services à la consommation, étant donné qu'il y a des prétentions, à prime abord, d'infraction à la loi.	
Personnes-ressources	Ann Hines (501) 374-6929	Alan Whitby (904) 877-5178	Gene Inglesby (801) 632-8000
	Arkansas Oil Marketers Association	Florida Petroleum Marketers Association	Western Petroleum Marketers

Pièce D22 — États américains dotés de lois portant sur la dissociation partielle

	Maryland	Nevada	Virginie
Historique des mesures législatives	La question des prix abusifs préoccupe les distributeurs indépendants.		Les détaillants d'essence veulent une loi sur la dissociation.
Objet des mesures	Empêcher les prix abusifs.	Empêcher les prix abusifs.	Réduire la puissance commerciale des pétrolières intégrées.
Année d'introduction	1974-1975	1987	1979
Pratiques jugées illégales	A) Les entreprises de raffinage ne peuvent pas exploiter directement des points de vente au détail. Elles peuvent en être propriétaires, mais doivent les louer à des exploitants.	A) Les entreprises de raffinage ne peuvent pas exploiter directement des points de vente au détail. Elles peuvent en être propriétaires, mais doivent les louer à des exploitants.	A) Les entreprises de raffinage ne peuvent pas ouvrir de nouveaux points de vente dans un rayon de 1,5 mi de leurs propres exploitations sous marque.
	B) Il est interdit aux entreprises de raffinage de vendre à perte.	B) Il est interdit aux entreprises de raffinage de vendre à perte.	
Recours	Recours insuffisants.	Recours insuffisants.	Recours du genre injonctions.
	Les entreprises de raffinage ont été obligées de louer tous les points de vente au détail.	Les entreprises de raffinage ont été obligées de louer tous les points de vente au détail.	
Efficacité	Impact minimal et, selon Bob Irvin, aucune preuve que la concurrence en a été améliorée.	Les détaillants veulent la dissociation d'avec les grossistes.	Efficacité minimale. N'empêche pas les grands distributeurs indépendants de demander des prix abusifs.
	Les grands distributeurs indépendants ne sont pas limités par la législation, appliquent des prix abusifs et limitent effectivement la concurrence.	Les grands distributeurs indépendants ne sont pas limités par la législation, appliquent des prix abusifs et limitent effectivement la concurrence.	
Autres caractéristiques			
Personnes-ressources	Bob Irvin (301) 694-0808	Peter Krueger (702) 348-1888	Frank Bedell (804) 282-7777
	Mid-Atlantic Petroleum Distributors Association	Nevada Petroleum Marketers Association.	Virginia Petroleum Jobbers Association Inc.

Pièce D23 — Comparaison entre les prix de détail dans les États dotés de lois contre la vente à perte et la moyenne américaine, ¢ US / gal américain

		1994		1995		1996	
État	**Ville**	**Taxes en sus**	**Détail**	**Taxes en sus**	**Détail**	**Taxes en sus**	**Détail**
Maryland	**Baltimore**	69,9	111,8	73,1	114,9	80,4	122,2
Floride	**Miami**	79,5	117,7	81,8	120,9	83,5	122,0
Alabama	**Birmingham**	66,9	103,5	71,1	108,1	79,6	113,2
Utah	**Salt Lake City**	74,4	112,4	73,0	111,1	88,8	121,9
Moyenne		72,7	108,0	75,3	113,7	84,6	119,0
Moyenne aux États-Unis		71,9	111,1	75,1	114,2	81,9	121,6

Écart entre les prix de détail dans les États dotés de lois contre la vente à perte et la moyenne aux États-Unis

		1994		1995		1996	
État	**Ville**	**Taxes en sus**	**Détail**	**Taxes en sus**	**Détail**	**Taxes en sus**	**Détail**
Maryland	**Baltimore**	(2,0)	0,7	(2,0)	0,7	(1,5)	0,7
Floride	**Miami**	7,6	6,6	6,7	6,7	1,6	0,5
Alabama	**Birmingham**	(5,0)	(7,7)	(4,0)	(6,0)	(2,3)	(8,3)
Utah	**Salt Lake City**	2,5	1,3	(2,1)	(3,1)	6,9	0,3
Moyenne		0,8	(3,1)	0,2	(0,4)	2,6	(2,5)

Source : *Oil and Gas Journal*